

**Икономиката в променящия се свят – национални,
регионални и глобални измерения
(ИПС-2017)**

Сборник с доклади от VIII международна научна конференция

Том I

**ИКОНОМИКАТА В ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ
СВЯТ – НАЦИОНАЛНИ, РЕГИОНАЛНИ
И ГЛОБАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ
(ИПС-2017)**

**Сборник с доклади
от VIII международна научна конференция**

12 май 2017 г.

2017
Издателство „Наука и икономика”
Икономически университет – Варна

Научен съвет

Проф. д-р Веселин Хаджиев – председател

Проф. д-р Пламен Илиев

Проф. д-р Евгени Станимиров

Проф. д-р Александър Тасев

Проф. д-р Митко Димитров

Иван Табаков

Проф. д-р Зоя Младенова

Проф. д-р Стефан Вачков

Проф. д-р Румен Калчев

Проф. д-р Данчо Данчев

Проф. д-р Стоян Маринов

Проф. д-р Надя Костова

Проф. д-р Фаня Филипова

Проф. д-р Владимир Сълов

Проф. д-р Таня Дъбева

Проф. д.ист.н. Иван Русев

Проф. д-р Маргарита Бъчварова

Проф. д-р Цвета Зафирова

Доц. д-р Петя Данкова

Доц. д-р Мария Станимирова

Доц. д-р Събка Пашова

Доц. д-р Веселина Димитрова

Доц. д-р Росен Николаев

Доц. д-р Владимир Досев

Организационен комитет

Проф. д-р Веселин Хаджиев – председател

Неделчо Неделчев

Доц. д-р Слави Генов

Доц. д-р Тодорка Атанасова

Доц. д-р Генка Рафаилова

Доц. д-р Светлана Герчева

Доц. д-р Христо Мавров

Доц. д-р Михал Стоянов

Доц. д-р Танка Милкова

Доц. д-р Юлиан Василев

Гл. ас. д-р Иван Апостолов

Гл. ас. д-р Латинка Тодоранова

Антонио Хаджиколев

Публикуваните доклади не са редактирани и коригирани, проверени са за плагиатство с Advego Plagiatius и Etxt антиплагиат.

ISBN 978-954-21-0927-3

СЪДЪРЖАНИЕ

Тематично направление „ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ“

1. **Rossitsa Yalamova**
Global Economy Complex Structure and Dynamics – New
Methodological Approach from Post-Neoliberal Perspective 19
2. **Маргарита Бъчварова**
Производството по стабилизация на търговеца в условията
на несъстоятелност30
3. **Veniamin Todorov**
The Financing of the Bulgarian Economy Through
the International Securities Market35
4. **Бранимира Колева**
Аналитични процедури при независимия финансов одит
за проверка на приходите42
5. **Недялко Вълканов**
Офшорлийкс – началото на края или нов етап в развитието
на офшорните финансови центрове?48
6. **Виолета Владова-Иванова**
Задължението за уведомяване при непреодолима сила –
теоретични и приложни аспекти54
7. **Стела Живкова**
Международен бизнес и зелена икономика – някои нови
тенденции и идеи60

8. Мира Алякова	
Теория на трансформациите – възможен път за икономическо развитие	66
9. Дияна Банкова	
За някои предизвикателства пред публичния надзор над регистрираните одитори	71
10. Йордан Симеонов	
Условия за присвояване на предприятия в България и защита на предприятията съгласно измененията в търговския закон от 2016 г.	78
11. Malgorzata Zajaczkowski	
Development Assistance in the WTO	85

**Тематично направление
„ЕВРОПЕЙСКА ИНТЕГРАЦИЯ“**

1. Нели Попова	
Координация на корпоративния подоходен данък в Европейския съюз – състояние и перспективи	93
2. Аглика Кънева	
Развитие на банките от еврозоната в новите страни членки на Европейския съюз – Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2007 – IX.2016 г.	99
3. Константин Велчев, Виктория Атанасова	
Титлата „Европейска столица на културата” – перспектива за социално-икономическо развитие	109

Тематично направление
„ОТРАСЛОВО И РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ“

- 1. Jabier López, Arturo Ferruz**
A Study of Publicly Financed Institutional Calls for Emerging Artists: Ertibil Bizkaia and Arteshop Bilbao 117
- 2. Росен Николаев, Танка Милкова**
Един подход за оптимизиране позиционирането на звена в логистични системи 123
- 3. Саша Грозданова**
Продоволствената сигурност на България и мястото на вътрешния продоволствен ресурс за нейната устойчивост ... 130
- 4. Радан Мирянов, Юри Димитров**
Използване веригите на Марков за подобряване на някои организационни аспекти на порт Варна 135
- 5. Петя Брънзова**
Тенденции в развитието на биоземеделнието в България и света 140
- 6. Георги Димитров**
Анализ на развитието на товарния автомобилен транспорт в условията на еврочленство 145
- 7. Дарина Тодорова**
Производството на продоволствени продукти в България в условията на членство в ЕС: реалности и перспективи 150

Тематично направление
„ФИРМИ, ПАЗАРИ, КОНКУРЕНЦИЯ“

- 1. Фаня Филипова**
Тенденции в развитието на корпоративната отчетност157
- 2. Любов Петрова, Юлия Финогенова**
Прогнозиране на потреблението на алкохол в Русия
федерации.....168
- 3. Димитър Рафаилов**
Проблеми при регулирането на груповото финансиране
със собствен капитал.....175
- 4. Пенка Горанова, Стелиана Василева**
Обзор на някои модели за оценка на бранда185
- 5. Александър Тодоров**
Тенденции на съвкупната концентрация в България191
- 6. Румяна Маринова**
Операциите с виртуална банкова карта – същност
и особености при отчитането им197
- 7. Галя Тасева-Петкова**
Факторингът – финансова алтернатива за развитие
на фирмите207
- 8. Галина Събчева**
Проектиране на индекс за оповестяване на концесии216
- 9. Невена Господинова**
Една възможност за оптимизиране на доставката
на частично взаимозаменяеми фармацевтични продукти226

- 10. Паруш Тодоров**
Обзор на дивидентната политика на публичните дружества
в България (2008 – 2016 г.)233
- 11. Александра Янчева**
Връзката между разкриването на данни и информационната
асиметрия на капиталовите пазари239

**Тематично направление
„ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ,
ИНВЕСТИЦИИ И ИНОВАЦИИ“**

- 1. Донка Желязкова**
Автономните автомобили и някои от въпросите,
които провокират.....247
- 2. Събка Пашова, Р. Радев, Г. Димитров, Й. Иванов**
Проучване на нагласите на потребителите
относно използването на ядивни покрития
в хранителните технологии255
- 3. Христо Трайков**
Инвестиционният риск в сектор „Търговия“ – състояние
и краткосрочна прогноза263
- 4. Христо Мавров**
Доходно неравенство и конкурентоспособност: България
и европейските страни269
- 5. Bisserka Marinova**
Legal Survey When Investing In Condominium Building275

- 6. Десислава Калчева**
Взаимовръзка между държавните инвестиции
и икономическото развитие в държавите в ЕС.....280
- 7. Dobrinka Stoyanova, Stefan Raichev**
Toward Sustainable Growth To Support Youth Employment283

**Тематично направление
„УПРАВЛЕНИЕ, СТРАТЕГИИ, ПОЛИТИКИ“**

- 1. Цвета Зафирова, Радка Иванова**
Формиране на кризисен щаб в публичния кризисен
мениджмънт293
- 2. Гергана Славова, Таня Георгиева**
Имидж и стратегии при развитие на заведенията
за бързо хранене298
- 3. Драган Георгиев, Илиян Христов**
Разкриване на актуалните теми в управленското счетоводство
чрез литературен обзор на специализираните списания305
- 4. Боряна Трифонова**
Приложение на коучинг концепцията като метод
за управление на човешките ресурси311
- 5. Йордан Петков, Велина Йорданова**
Един частен случай на вземане на решения в условия
на конфликт с помощта на матрични игри316
- 6. Атанас Атанасов**
Оценката на неконтролиращото участие – фактор
при определяне на стойността на репутацията.....322

7. Константин Велчев	
Етапи при извеждане на модел за действащо предприятие	331
8. Nevena Dobрева	
Crowdfunding for Culture: Case-Study Bulgaria.....	338
9. Снежина Иванова	
Приложение на ситуационния подход при управление на човешкия фактор в организацията	343
10. Жана Генова	
Прилагане на социално отговорни практики за повишаване на репутацията на бизнес организациите.....	348

**Тематично направление
„СОЦИАЛНИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ПРОБЛЕМИ“**

1. Jabier López, Arturo Ferruz	
Precariousness and Artists: A Case Study (Spain).....	367
2. Емил Димов, Боряна Трифонова, Борислава Гълъбова	
Възможности за повишаване на жизненото равнище в Република България	373
3. Христина Благойчева	
Социалните иновации – нестандартен отговор на социалните проблеми на обществото	379
4. Андреана Ефтимова	
Неформалният регистър в медиите – вербални и невербални особености.....	384

5. Анастасия Кондукторова	
Деловият език в континуитета на времето.....	389
6. Владимир Досев	
Икономически метафори в медийния дискурс.....	395
7. Катя Исса	
Конкуренция на нови методики и избор на изпитани практики при обучението по български език в нашите училища зад граница	402
8. Дарина Димитрова	
Форми и граници на академичната автономия.....	407
9. Свилена Михайлова	
Неравенството в работните заплати в контекста на структурните промени в българската икономика	418
10. Иван Апостолов	
Генериране на приходи от стопанска дейност в бюджетните предприятия – възможности и ограничения.....	424
11. Надежда Попова-Йосифова	
Оповестяване на оценъчната несигурност във финансовите отчети на банките	436
12. Любомира Димитрова	
Информационна полезност на финансовите отчети на нестопанските предприятия	443
13. Силвия Братоева-Манолева	
Тенденции в доходното неравенство в България след 1990 г.....	449

- 14. Ивайло Маноилов**
Проблемни моменти при дефиниране обхвата на понятията
„селскостопанска продукция“ и „биологичен актив“456
- 15. Димитър Димитров**
Социални и институционални проблеми на физическото
възпитание и спорта в България462
- 16. Димитър Димитров**
Същност и значение на спортните прояви
като обществено явление.....467
- 17. Миглена Маринова**
Протекционизъм по отношение на националния език –
налагаща се тенденция в глобалния свят472
- 18. Дорина Йосифова**
Културните ценности – двигател или спирачка
на обединена Европа?482
- 19. Маргарита Попова**
Език и туризъм.....492
- 20. Светлана Тодорова**
Получаване на френските дипломи ДЕЛФ/ДАЛФ –
предизвикателство и нови възможности за изучаващите
френски език504
- 21. Иванка Банкова**
Проблеми и конфликти при предоставянето
на социални услуги на местно ниво509
- 22. Невена Мартинска**
Социолингвистичен аспект на заемките в съвременния
български език в периода на прехода.....514

- 23. Kristana Ivanova, Diana Miteva**
The Language of Technology Start-ups and Business Success.....521
- 24. Ивелина Димитрова**
Ролята на трансферите под условие и въздействието им
върху преждевременното напускане на училище527
- 25. Радина Момчилова**
Теоретични аспекти на връзката „банков персонал –
клиентска миграция“ в дребното банкиране533

**Тематично направление
„ИНФОРМАЦИОННИ
И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ“**

- 1. Михал Стоянов**
Интернет в света на бизнеса541
- 2. Иван Куюмджиев, Борис Банков**
Миграция на неструктурирани данни в релационна схема:
проблеми, решения, алгоритъм.....551
- 3. Славей Желязкова**
Тестове за дълга памет, приложени към валутните курсове.....557
- 4. Борис Банков, Иван Куюмджиев**
Приложение на алгоритми за изчисление на сходство
и вариация на текстови низове.....562
- 5. Десислава Петрова**
Съвременни технологии за интеграция на уеб системи,
предоставящи административни услуги на гражданите.....566

Тематично направление

„ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И
ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ”

GLOBAL ECONOMY COMPLEX STRUCTURE AND DYNAMICS – NEW METHODOLOGICAL APPROACH FROM POST-NEOLIBERAL PERSPECTIVE

Rossitsa Yalamova
University of Lethbridge

Abstract. The goal of this paper is to develop a theoretical framework for economic models based on multilevel hierarchical structure of complex dynamic systems. Examining self-similarity of consecutive levels of the institutional structures, feedback control mechanisms that maintain system’s integrity, emerging behaviors as precursors of instabilities, I propose a modeling tool that does not only describe equilibrium condition but can also detect tipping points that may initiate a cascading process leading to a crash. Such indicators require policy intervention to preserve the integrity of the complex economic system.

Introduction

Neoliberal economics advocates for deregulation of markets and transfer of control to the private sector. From Reaganomics to Financilization neoliberalism lead the way out of the second structural crisis of capitalism and into 2008 financial crisis. During this period debt (both government and private) increased to unprecedented levels, record levels of income inequality and unemployment brought ‘the demand’ economy to a halt. Artificially low interest rates have not succeeded in stimulating investments in the real economy but together with ‘quantitative easing’ increased money supply have found their way into financial speculation. These questionable recent ‘investment practices’ produce 45% of the profits in GDP, moreover financial institution do 90% of their business with other financial institutions (not capital investments or consumer loans). Another aspect of detrimental financilization of the economy revealed that corporations are also

engaging in financial activities to increase earnings rather than focusing on productive capacity.

Economists have been arguing for and against regulation, while offering their theoretical reasoning based on short or long term equilibrium models at a macro or micro level, mostly based on independent agents/entities. Interconnectivity and feedback control mechanisms at various level in the global socio-economic system have not been considered in previous models and it may have worked well so far because the global economy was not fully integrated and interdependent. The level of globalization and interconnectivity of current socioeconomic and political entities requires a new policy model of social studies and economics. The objective of my research is to instigate interdisciplinary effort in search for relevant methodology for the current global socio-economic dynamics which I will call post-neoliberal for the lack of better term.

The goal of this paper is to develop a theoretical framework for economic models based on multilevel hierarchical structure of complex dynamic systems. Examining self-similarity of consecutive levels of the institutional structures, feedback control mechanisms that maintain system's integrity, emerging behaviors as precursors of instabilities, I propose a modeling tool that does not only describe equilibrium condition but can also detect tipping points that may initiate a cascading process leading to a crash. Such indicators require policy intervention to preserve the integrity of the complex economic system.

This paper is organized in the following way: (2) complex systems and sustainability (3) indicators of instability and dynamic policy regulation (4) review of recommended methodology (5) conclusions

II. Complex Systems and Sustainability

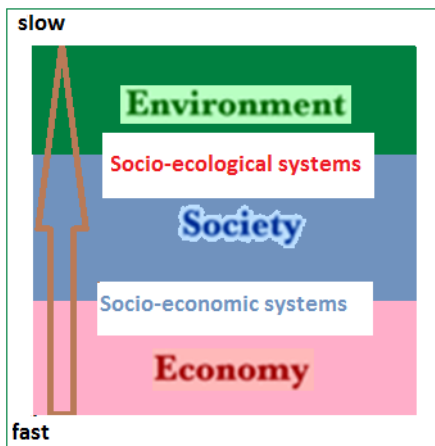
A complex system contains semiautonomous levels of variables with similar speed or spatial attributes, self-organized by small number of controlling processes. Configuration of self-similarity at all levels facilitates the integrity in structure and dynamics. Fast moving/changing small components comprise the lower levels, thus inventions and changes

enter the system from below. The level above includes scaled up versions of the lower level structures, clinging to lower speed and averting destabilization. This preserves the integrity of the system. The global socio-economic system embedded in the environment produces an integrated complex dynamical system with three aggregate levels with increasing speed of change – economic, social, environment. Integrity of the system can be preserved if the feedback controlling processes between levels keep the system in dynamic equilibrium/stability domain.

Inventions from below create opportunities; experimentation generates and tests innovation through “Adaptive Cycle” (exploitation, conservation, release, reorganization) cf. Holling 1973.

Sustainable development requires focusing on the underlying economic, demographic, political and environmental factors that currently limit adaptive capacity and increase vulnerability to climate change. Any investigation of sustainability must be premised on the fact that the human economy is inescapably a subsystem of the earth system, which is a coherent but vastly complex and highly nonlinear biophysical, planetary-scale circuit of energy and materials whose operations we still do not sufficiently understand. The key point is that ecological constraints such as the consequences of carbon dioxide emissions, which are feeding back into the human economy in drastic ways, can hardly be dismissed as economically-irrelevant “externalities.” From the ecological point of view “sustainable growth” is an oxymoron; and yet sustainable abundance and prosperity is perfectly feasible if the human and ecological conditions for it are properly understood. If the human economy is to be sustainable in this way it can only be so, at least on this planet, by virtue of the way it interacts with the earth system as a whole; however, there is abundant, indeed alarming, scientific evidence that the human economy is presently not even close to being sustainable in this ecological sense (Homer-Dixon 2007; Barnosky *et al.* 2012). One of the goals will be to encourage human ingenuity to bear on the huge economic challenges confronting our species today. Socio-economic aspects of sustainability pertain to maintaining those levels of the system in a domain of stability (or transforming into another domain of stability) to

preserve the integrity of the global economy.



Within management thinking, sustainability ranges from financial (solvency and growth aspects) to operational ‘greening’ within the company. Business organizations are a part of a network of economic and social institutions. Understanding the topology of these networks and the dynamics (flow of resources) between the members of the networks will allow us to detect impending problems (crashes/recessions) and recommend strategies for preventive or remedial intervention. This research will build on my previous research investigation into the topology and synchronization dynamics of traders’ complex networks before crashes.

The complex network of economic and social institutions should be examined to provide insight of the dynamics of the system in order to formulate intervention strategies for resilience building. A collapse of the socio-economic order (Capitalism?) may not be imminent but the signs of trouble are obvious, e.g. growing income inequality and mounting debt levels should be linked to the frequency of recessionary cycles. Self-organized criticality is characterized by power-law distribution of events around the phase boundary (i.e. critical point and crash in a complex system). Power law (Pareto) distribution describes income inequality and disappearance of the middle class that supports growth economy. This

research will investigate some of the assumptions of classic economic theory and their violations that refute equilibrium models and predictability, thus requiring a new approach to macroeconomic research and practice furthering Nobel Prize winning ideas of Elinor Ostrom.

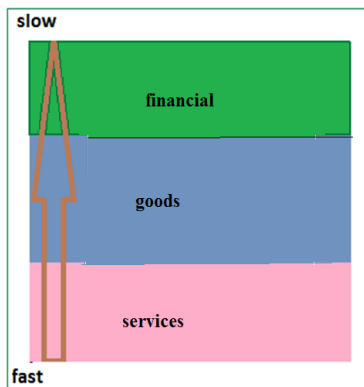
The adaptive capacity of complex hierarchical systems (not to be confused with top-down authoritative control hierarchy) was described in Simon (1974). As communication between levels is maintained, interactions within levels can be transformed without losing the integrity of the system. This in essence describes the relevance of multilevel/polycentric governance in a complex system.

I will be looking at the complex structure of the socio-economic system, transfer of resources to upper levels and transformation within levels that maintain the integrity of the system. Boulding (1981) attests that social structures come into being through activities described as ‘social organizers’ divided into three groups (1) threat and fear of consequences, (2) exchange and economic award and (3) integrative forces (values, beliefs, religion, etc.). I will be investigating the power of those social organizers to move the system into more resilient part of the adaptive cycle, i.e. increase the adaptive capacity of the system, and mitigate ‘creative destruction’ as labeled by Schumpeter (1950).

Classic economic theory paradigm rests on independent (representative) agents, competitive market, equilibrium models, additively aggregated variables, predictability. This research embarks on system thinking in a way of interconnected agents in complex system of semi-autonomous levels from sole proprietorship, partnerships (SME) to small, medium and large corporations. Order is emergent not predetermined with unpredictable, nonlinear, path dependent dynamics. At each level (scale) of the systems’ hierarchical structure self-similar units possess similar speed and singularity threshold sustaining dynamic equilibrium. Cross scale interactions (feedback control mechanisms) preserve the integrity of the system.

III. Indicators of Instability and Dynamic Policy

The economic turbulence and multiple financial crises in recent years have shown that our global socio-economic system itself appears not to possess the resilience to fully recover even after unprecedented levels of growth. Moreover policy makers do not possess the means to avoid or mitigate the outcomes of such critical downturns.



Research on the financial system, a level of the economic system, reveals the properties and characteristics of the whole system at a smaller scale of the hierarchical organization.

The need for a new approach to economic policy is also urged by the fast approaching limits of earth's carrying capacity, resource depletion, deterioration of living conditions due to the economy's unaccounted social and environmental costs of production and consumption. Elinor Ostrom's research focused on the socio-ecological interface in the system. Her research is of ultimate importance for the future of a world of exponentially growing population and industrialization. The problems stemming from diminishing carrying capacity of the earth cannot be tackled separately and independently by corporations, industries, or governmental entities. Making progress toward sustainable development demands that we get international decision-making right. The contentious state of climate

North (1996) asserts that institutions are transformations of the belief structures into society and economy. Ostrom and Janssen (2004) and Ostrom (1989) question the efficacy of institutions based primarily on

command and control and argue for multilevel governance in complex socio-ecological systems. The necessity of resilience building in this framework arises from the nature of the system. Complexity and non-linear dynamics defy control. Piecewise solutions to disconnected problems in single parts of the system will fail to provide expected results.

IV. Methodology

My research agenda combines a variety of methodologies and approaches directed to the final goal of understanding the dynamics of complex socio-economic system and how to build resilience; particularly the role of regulatory intervention and polycentric governance of socioeconomic systems.

There is a growing consensus that the failure of mainstream economics to predict the collapse of 2008, as well as the failure of the policy responses to the crisis has evoked the need for new economic thinking. Such a failure of an area of inquiry to provide understanding and solid theoretical explanations of real world phenomena (natural or social) requires a re-examination of its philosophical tenets.

Classical economic theory is focused on equilibrium models. Very little attention is given to instabilities and out-of-equilibrium dynamics. In fact, according to the Chicago School of Economics, an out-of-equilibrium “inefficient” market is theoretically impossible and bubbles are neither predictable nor detectable.

Scientific advance in financial economics is also obstructed by a blinding over-reliance on econometrics models as tools of the dominant methodology. We should be mindful of the Newtonian vs. Einstein gravitational theory transition and the role of philosophical interpretation in that shift. Einstein wrote of the “profound influence” of “Mach's epistemological position.” The importance “...of analyzing the long-commonplace concepts and exhibiting those circumstances upon which their justification and usefulness depend” was acknowledged by Einstein concluding that “By this means, their all-too-great authority will be broken.” (“Memorial notice for Ernst Mach,” *Physikalische Zeitschrift*

17: 101-02.).

A search of the available literature suggests that the reluctance of financial economists to entertain philosophy of science discussions could be attributed to their need to preserve implicit methodological standards. Explicit methodological arguments may attain support for alternative approach (e.g. behavioral). My arguments about methodology will be developed to reveal the necessity for substantial modification of the traditional methodological conceptions and to motivate the choice of philosophical position.

Based on the dialectical law of the passage of quantitative changes into qualitative changes, the methodological merits of the equilibrium concept may be critiqued. As the theory does not deal with out-of-equilibrium economics, it does not provide tools for detection of instabilities. In particular, the equilibrium concept - through the technique of independent variables aggregation - eliminates important aspects of interdependence and feedback control, thus obscuring particularly interesting parts of the theory itself. The goal of overcoming existing methodological problems should be balancing observability/testability with importance/depth trade-offs. This “dynamic evaluation” allow us to consider theories with “growth potential” as intermediate steps to future theories.

One of the objectives in quantifying complex systems is to explain emergent structures, self- organization. The hierarchical structure and self-similarity of the system creates the potential for synchronization of the dynamics leading to the famous “butterfly effect” that may lead to a collapse. Monitoring the coupling levels among the subsystems and the process of synchronization provides indications about the stability of the system.

Resilience of a system is measured by its ability to preserve its identity, defined by property of key components and networks (relationships). Our research design will build on the framework for empirical measurement of resilience presented in Cumming et al. (2005) based on the hypothesis that resilience is predictably related to connectivity.

My goal is to produce Policy recommendations for prevention of devastating recessionary impact on the socioeconomic system.

Integrative Strategy

Developing business strategies for sustainability is not a collection of piecewise solutions. A systems approach to the problems of our planet requires taking into account the interconnections of the subsystems that do not function independently. Results are not just a simple sum of the individual parts, but they are affected by both non-linearity and feedback that may lead to a multiplicative hierarchical cascade (e.g. sand pile). Integrating the divisions of a firm, companies in an industry, industries in a global economy etc. requires a different approach to research and policy to achieve sustainability. For example, as globalization drives the world economy and its manifold cultures toward increasing interconnection, the ability, indeed the competitive advantage, of multi-unit, multi-market organizations to use culturally sensitive local adaptation scales up as an exemplar for the broader sustainability of world civilizations based on Holton’s hybridization thesis.

Traditional business strategies often concentrate on predictable and measurable clarity. Sustainability concerns of today call for integrative strategies that encompass flexibility, openness and have a high tolerance for disequilibrium. Strong integrative decision making must involve a heuristic process. The challenges of sustainable development create tensions in the environment. These tensions must be creatively and flexibly managed. Effective integrative strategies are models that can be used to capture the complex relationships between the salient variables inherent within sustainable development.

Companies have a vested interest in managing sustainability. Fundamental reasons can be to gain business opportunities, manage new risks and to help better position themselves in the long term, for their role in the broader community. The accountability and governance structure of an organization sets the foundation for the integration of sustainable development policies into its business processes. Yet the issues are far broader than this. The world is integrated and the wide range of polices,

both at the corporate and governmental level, have major impacts on the aspects of sustainable development.

Present success stories dealing with sustainable development are at best fragmented. The failure to understand the complexity of the integration of factors that are present has seen improvements in one area cause problems in other areas.

We seek to develop integrative strategies to overcome these challenges as we move towards sustainable development. Focusing on what are realistically achievable, effective integrative strategies must arise from a comprehensive understanding of the social, economic, and environmental objectives of society. Fully integrating these objectives must come with the realization of trade-offs and a process that has continuous improvement as its principle. Ultimately, any integrative strategic process must have a high- level of commitment and effective participation from all levels of society.

V. Conclusions

A interdisciplinary effort aims at laying strong theoretical foundations for research methodology in sustainability at system level. Resilience-based approaches to the development of management solutions offer significantly improved alternative to ‘command and control’ (Holling and Meffe 96). Rigorous development of the theory will allow us to measure resilience and identify mechanisms and levers for change. Management and polycentric governance would address the needs of multiple stakeholders.

Model comparing resilience based on viability (without management) and resilience domain with policy of action is an extension that can provide action plan (policy recommendation) and most importantly it does not necessitate equilibrium in the dynamics.

Scientists and mathematicians have studied this type of resilience for over thirty years. After all, the ability of a system to absorb or recover from disruption is just as important as its performance under more favourable conditions.

Currently, models of resilience in complex systems presume that

such systems will eventually reach a state of equilibrium following a perturbation. This focus on maintenance and recovery is a long way from reality, however, as occasional changes in the environment can cause a dramatic shift to another state resulting in entirely new behavioral patterns.

The objective is to develop new methods and tools for defining synthetic (i.e. in low dimensions) descriptions of complex socio-economic dynamics, for defining action policies in order to maintain or restore desired pattern dynamics in the system. (Prevention and recovery).

ПРОИЗВОДСТВО ПО СТАБИЛИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВЕЦА В УСЛОВИЯТА НА НЕСЪСТОЯТЕЛНОСТ

Маргарита Бъчварова
Икономически университет – Варна
bachvarova@ue-varna.bg

Abstract. The report studies the legal framework of the business stabilization proceedings as a mechanism for preservation and restoration of its financial solvency. It sets out the special aspects of the proceedings and the conditions required for its opening and development. The purpose of the stabilization proceedings is to preserve the business experiencing financial difficulties, which eventually ensures stability in the economics relations. From this perspective the proceedings can also be viewed as a legal mechanism for economic development commonly found in the countries with market economy.

Keywords: *insolvency, procedure, reorganization*

Въведение

Като институт, пряко свързан с пазарната икономика, правната уредба относно несъстоятелността оказва позитивно влияние върху развитието и стабилизирането на икономиката като цяло. Препоръката на Европейската комисия е реформите на националните законодателства в Европа да осигурят възможност на предприятията, които могат да възстановят своята жизнеспособност да направят това въз основа на план за реструктуриране с кредиторите със срок от 1 година. При изследване на законодателните режими в отделните държави се констатира предимството на подхода към реорганизация на търговеца и съхраняване на неговото предприятие в сравнение с подхода към ликвидирането му и разпродажба на отделни активи. (Bachvarova, 2016, с. 26).

В отговор на съвременните тенденции, с измененията на Тър-

говския закон от 1.07.2017 година се предвижда специфично производство по стабилизация на търговеца. Във връзка с това е и **целта** на настоящия доклад, насочена към систематизиране на особеностите на производството от правна гледна точка. За постигането ѝ се реализират следните **задачи**: а) анализ на предпоставките за откриване на производството б) извеждане на спецификите му от правна гледна точка; в) съпоставка на производството по стабилизация с оздравяване на предприятието в рамките на формалното съдебно производство по несъстоятелност;

Материали и методи

За целите на доклада са проучени специализирана литература (McCormack, 2012) и документи на Европейската комисия. Основните методи на изследване са сравнително-правен, нормативен, исторически, анализ, синтез, индукция, дедукция.

Резултати и обсъждане

Производството по несъстоятелност, уредено от Търговския закон е приложимо само за определена категория правни субекти. По настоящем нормативната ни уредба не обхваща проблемите относно несъстоятелността на физическите лица, което може да се посочи като празнота в действащото ни право (Йорданова, 2016). Уреденото производство по стабилизация на търговеца притежава собствена и специфична цел-да предотврати откриването на производство по несъстоятелност чрез постигане на споразумение с кредиторите му за начина на изпълнение на задълженията. Тя предопределя и участниците в него, а именно: длъжник; окръжен съд; кредитори, доверено лице; и алтернативно проверител в качеството на регистриран одитор;

За разлика от общото производство по несъстоятелност сезирането на съда се извършва единствено и само от длъжника –търговец. Специфично е основанието за откриване на производството. Необходимо е търговецът да е в състояние на *непосредствена опасност от неплатежоспособност*. Предимство на законодателната уредба е

наличието на легална дефиниция, която разкрива съществените характеристики на основанието от правна гледна точка. *Непосредствена опасност от неплатежоспособност е налице, когато търговецът с оглед на предстоящите падежи на паричните му задължения в следващите 6 месеца от подаване на молбата за стабилизация ще се окаже в невъзможност да изпълни изискуеми парични задължения по чл. 608, ал. 1 или може да спре плащанията (ал. 2 от чл. 762 от ТЗ).* В сравнително-правен аспект е налице сходство с уреденото производство по защита в Германия, което предвижда настъпване на „застрашаваща неплатежоспособност“ за откриването му (Zafirova&Yordanova, 2016)

Нов момент в правната ни уредба са уредените специфични хипотези за недопустимост на производството, свързани с: а) необявяване на годишен финансов отчет за последните три години; б) висящ процес на производство по несъстоятелност; в) когато повече от една пета от задълженията на търговеца са към свързани лица и към лица, които са придобили през последните три години вземания от свързани с търговеца лица. За първи път в действащото ни право се въвежда правната фигура на „доверено лице“ (квази-синдик). То се явява помощен орган на съда в производството, чиито правомощия са сходни с тези на синдика във фазата на формално производство по несъстоятелност. Той упражнява общ надзор и е натоварен с изискването да изготви списък на кредиторите.

Срочността на производството се гарантира от нормата на чл. 796, ал. 1 т. 2 от ТЗ, която предвижда служебно прекратяване, ако в 4 месечен срок от откриването не е приет план за стабилизация. Българският законодател не предвижда директното преобразуване и трансформиране на това производство във формално производство по несъстоятелност. Подобна възможност съществува в нормативната уредба на САЩ и Франция.

Предвижда се правото на съда да изझे управлението на длъжника и да го възложи на довереното лице при наличието на действия, застрашаващи интересите на кредиторите. В известен смисъл е налице аналог на мярката „десезиране на длъжника“, допустима във

формалното съдебно производство по несъстоятелност. Посоченото правомощие на съда може да се окаже блокиращо за ефективността на производството по стабилизация, което предполага добросъвестност на длъжника и сериозна мотивация да изпълни задълженията си. В този аспект е налице и известна колизия на правните норми, съгласно които съдът отхвърля молбата (чл. 773, ал.1 т.6 от ТЗ), когато опасността от неплатежоспособност на търговеца се дължи на недобросъвестност или неполагане на грижата на добрия търговец при воденето на търговските дела. Този регламент рязко отграничава позицията на законодателството ни в сравнение с гл. 11 от Bankruptcy Code на САЩ. То се основава на идеята за запазване на контрола от длъжника върху функциониране на предприятието си и е възприета също от препоръките на Европейската комисия. Санитарното на дейността на търговеца се извършва на основата на план, който се приема от кредиторите и потвърждава от съда. Независимо, че в основата му е постигната договореност за извършване на финансови облекчения, законодателят в чл. 770, чл. 790 от ТЗ предвижда редица ограничения, които не могат да се нарушават. На основата на сравнително-правния метод е извършена съпоставка на производството по стабилизация с действащото оздравително съдебно производство. Резултатите са обобщени в следната таблица.

Таблица 1.

Сравнителна таблица между производството по стабилизация и оздравителното производство в условията на несъстоятелност

Критерий	Производство по стабилизация	Оздравително производство
цел	предотвратяване откриване на съдебно производство	предотвратяване на обявяване в несъстоятелност
интерес	приоритетен интерес на длъжника	доминира интереса на кредиторите
легитимиран	длъжник	длъжник, кредитор
основание	непосредствена опасност от неплатежоспособност	неплатежоспособност
срок	4 месеца	в рамките на съдебна процедура - около 3 години
органи	Доверено лице (квази синдик)	синдик

Заклучение

Регламентирането на производство по стабилизация на търговеца в действащото ни право отразява усилията за присъединяване към съвременните законодателства, насочени към въвеждане на оздравителни процедури и прилагането им с предимство пред ликвидационните процедури. Като основна критика е уреждането на производството като прототип на производството по оздравяване на предприятието, което е алтернативна фаза в съдебната ни процедура. В този смисъл е дискуссионно прогнозирането на ефективността на нововъведеното производство по стабилизация, което по предпоставки и движение е сходно с наличното оздравително производство. Но като част от общата тенденция за реформиране на правото на несъстоятелността към въвеждането на алтернативи за възстановяване на неплатежоспособност, въведеното производство по стабилизация представлява прогресивна стъпка към усъвършенстване на правната ни уредба.

Използвана литература

1. BACHVAROVA, M. (2016) *Legislative Approaches for Regulation of the Bankruptcy: State and Prospects*. Business and Management Studies. [Online] 2 (3), с.35-36. Available from: <http://redfame.com/journal/index.php/> Accessed [20/ 4 /2017]
2. ЙОРДАНОВА, М. (2016) „Несостоятельность физических лиц - теоретические и сравнительно-правовые аспекты». European Journal of Law and Political Sciences. [Online] (3)с.36-40. Available from: https://ew-a.org/upload/iblock/3be/Law-3_2016.pdf Accessed [20/4/ 2017]
4. MCCORMACK.(2012).National Report for England. In D.Faber, N.Vermunt, J.Kilborn, &T. Richter (Eds) *Commencement of Insolvency proceedings*. Oxford University Press.
6. ZAFIROVA, TZ. YORDANOVA, M. (2016) *Recovery of company management in the post – crisis stage – opportunities and legal models*. "SEPIKE", Association 1901 "SEPIKE. [Online] 1 (13) с. 135-139. Available from : <http://www.sepikcloud.com/> Accessed [20/ 4 /2017]

THE FINANCING OF THE BULGARIAN ECONOMY THROUGH THE INTERNATIONAL DEBT SECURITIES MARKET

Veniamin Todorov
University of Economics – Varna
vntodorov@ue-varna.bg

Abstract. The international debt securities market (IDSM) is one of the main sources of financing not only for private corporations and financial institutions but also for sovereign entities. The paper analyzes the specific features of the financing of Bulgarian economic agents through the IDSM. Separate attention is paid to the three sectors: the general government, the financial corporations and the non-financial corporations. The general government is defined as the central government, local government and social security funds and excludes the central bank and publicly owned corporations. The data that is used is taken from the Bank for International Settlements (BIS) which provides quarterly data available on the web site of the institution (www.bis.org), and the Bulgarian Ministry of Finance, again available on the web site of the institution (www.minfin.bg). The time period is from the 3rd quarter of 1989 to the 3rd quarter of 2016. The analysis shows that the government sector is the main sector of the economy that participates in the IDSM. From the three sectors, the financial institutions have the least average amounts of outstanding debt and at the end of the analyzed period their debt is negligibly small. The IDSM has not been one of the significant avenues of pooling financial resources for them. They are the first to borrow from the IDSM but that is a result of the legacy from the state-owned centrally planned economy before 1990. The non-financial corporations rarely use the IDSM as a source of financing. The main participant among them is the state-owned Bulgarian Energy Holding. In the overall financing of the economy through the IDSM the main emphasis in the debt issue policy is on the international debt instruments which are denominated in euro and are with a fixed interest rate.

Keywords: *international debt securities market, general government, financial corporation, non-financial corporations*

Introduction

The international debt securities market (IDSM) is one of the main sources of financing not only for private corporations and financial institutions but also for sovereign entities. The international debt securities are debt securities issued in a market other than the local market of the country where the borrower resides, i.e. issued in any market by a non-resident.

The IDSM is one of the channels for financing the economic activity in Bulgaria. This paper analyzes the idiosyncrasies of that channel. Separate attention is paid to the three sectors: the general government, the financial corporations and the non-financial corporations. The general government is defined as the central government, local government and social security funds and excludes the central bank and publicly owned corporations.

The data that is used is taken from the Bank for International Settlements (BIS) which provides quarterly data available on the web site of the institution (www.bis.org), and the Bulgarian Ministry of Finance, again available on the web site of the institution (www.minfin.bg). The time period is from the 3rd quarter of 1989 to the 3rd quarter of 2016.

1. The General Government

The general government has been the main sector borrowing from the IDSM. Its entrance in the market in 1994 is a result of the restructuring of the external debt.

In 1990 the Bulgarian government, led by prime minister Andrey Lukonov, declared a moratorium on servicing its external debt (mainly the debt of Foreign Trade Bank and some other debts). A year later negotiations with the creditors from the London Club were initiated. An agreement was signed in 1994 with which the debt was reduced and restructured in accordance of the conditions of the Brady plan. The government reduced its \$8.16bn debt to Brady bonds with a face value of \$5.1bn. The initial debt and the bonds were denominated in USD. Three types of international bonds were issued: Discount Bonds (DISCs), Front-

Loaded Interest Reduction Bonds (FLIRBs) and Interest Arrears Bonds (IABs).

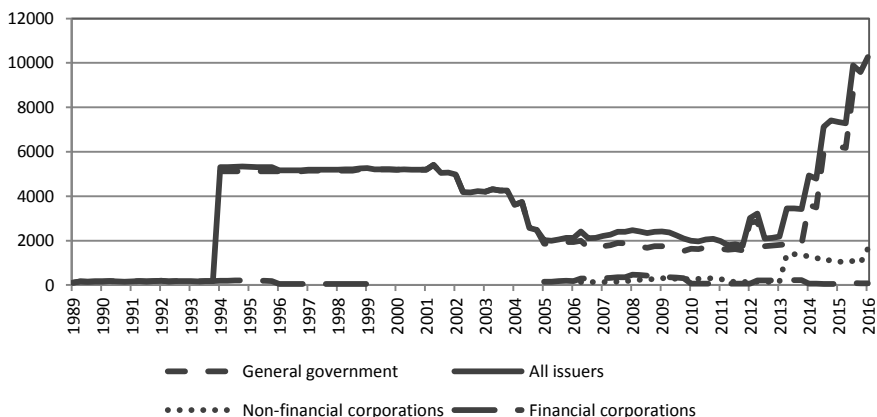


Figure 1. Participation of Bulgarian economic agents in the IDS (amount of outstanding debt in millions of USD)

Source: BIS

In the years following the moratorium the government budget was with a deficit. New financing was needed.

Generally there are five sources from which the excess budget expenditure (θ) above the budget revenues (γ) can be financed.

$$\theta - \gamma = \Delta\mu + \Delta\psi + \Delta\omega + \Delta\nu + \Delta\varphi$$

The first one is a change in the money supply and more specifically – a change in the monetary base (μ). Such changes, however, are not recommended because of the inflationary effect that they have. Hyperinflations appear namely because of them. In some countries there are formal bans on such activities (as is the case with article 123 of the Lisbon Treaty, for instance). The Bulgarian national bank did finance the deficits in like manner and the result was a financial crisis in 1996-1997.

The second option is the use of a reserve fund (ψ). In Bulgaria such a function has the Fiscal Reserve.

The third alternative is borrowing from commercial banks or other banking institutions (ω).

The fourth way to finance the deficits is to use official financing from international financial institutions (IMF, WB, EBRD, EIB, etc.), other governments, foreign central banks, etc. (v).

The fifth alternative is the most often used one in contemporary sovereign debt management. It is the issuing of government securities (φ). This is how the Bulgarian government has predominantly borrowed after 1990.

After the Brady bonds issue there are several eurobonds or global bonds issues placed on the IDSM: 12.11.2001 (€250m); 10.4.2002 (€835.5m); 9.10.2002 (\$511.5m); 3.7.2012 (€950m); 27.6.2014 (€1.493bn); 20.3.2015/14.11.2015 (€3.15bn); 15.3.2016 (€1.994bn).

The general government is the main Bulgarian sector that participates in the IDSM. From 1994 forward it traditionally has over 70% (for some years even 100%) of the outstanding debt amounts. The overall dynamic of the financing of the Bulgarian economy through the IDSM largely follows the dynamic of the general government debt.

As far as the interest rate structure is concerned, the debt is with fixed interest rate payments. The duration of the debt instruments is mid-term or long-term and the government does not borrow from the international money market.

There is a clear pattern in the choice of currency. Initially the emphasis is on the USD, mainly because of the debt history and the Brady agreement. The introduction of a currency board in which the euro is the reserve currency, changes the debt management policy. From that time on the emphasis is on the euro. As a result of that in the 3rd quarter of 2016 the USD debt is only 0.32% and the rest is denominated in euro.

2. The Financial corporations

The financial corporations are the first to borrow from the IDSM. This can easily be explained by Bulgaria's specific economic system before 1990.

In the almost exclusively state-owned centrally planned economy there was no place for private entrepreneurship and private borrowing

from the international financial markets. Banks were the main financial corporations. There were only several banking institutions and all of them were owned by the state. Foreign Trade Bank was the corporation which performed all international banking transactions. The economy's financing through the international markets was done through it.

There were major changes in the economy since 1990. However, until the privatization, done mainly at the end of the 1990s, the banking sector was still dominated by state-owned banks. The legacy could not be removed easily.

The data shows that there is outstanding debt until 1999. The Bulgarian financial institutions decide to borrow again from the IDSM in 2005. The initial amount (i.e. in the 3rd quarter of 2005) is \$153m and in the following years the sum never reaches very high values. The maximum value is \$462m in the 3rd quarter of 2008 but in the 3rd quarter of 2016 it falls to \$85m.

From the three sectors, the financial institutions have the least average amounts of outstanding debt and at the end of the analyzed period their debt is negligibly small. That has not been one of the significant avenues of pooling financial resources for the financial corporations.

3. The Non-financial corporations

The non-financial corporations decide to use financing from the IDSM rather late in comparison to the other two sectors. Bulgarian firms start to issue debt in the last quarter of 2006.

There are seven quarters with new gross issues. Two of them, however, are negligible in terms of amount (\$4m in the 3rd quarter of 2015 and \$2m in the 2nd quarter of 2016). The key ones are the last quarter of 2006 (\$126m), the last quarter of 2013 (\$1.226bn) and the 3rd quarter of 2016 (\$613m).

As a result from 2006 till the third quarter of 2013 the amount of outstanding debt ranges between \$125m and \$310m. In the 4th quarter of 2013 the debt surged to \$1.394bn. After a fall to nearly \$1bn in 2015 it again sharply rises in the third quarter of 2016 to \$1.630bn.

An important role plays the state-owned Bulgarian Energy Holding (BEH). It has successfully placed two Eurobond issues listed on the Irish Stock Exchange. The first is a five-year €500m issue in 2013 and the second one is a €550m issue in 2016 which carries an annual coupon of 4.875%.

Until the large issue of debt in the 4th quarter of 2013, there is no significant difference in the amounts borrowed by financial and non-financial corporations. At the end of 2013 this changes. The non-financial corporations debt becomes more than six times larger and in the 3rd quarter of 2016 – more than 19 times larger.

Bulgarian non-financial corporations use the IDSM only for long term financing, i.e. they participate in the bond market but do not take part in the money market.

The main emphasis is on fixed interest rate debt. An exception is the three year period beginning from the 3rd quarter of 2008 when there is approximately equal share of fixed and floating rate debt.

Both domestic and foreign currency debt is issued. However, after the 4th quarter of 2013 there is a change in the emphasis. Till that moment, there is no clear advantage of the foreign currency debt. From that quarter on, the share of domestic currency debt becomes very small and from the 2nd quarter of 2016 – non-existent. Among the foreign currencies the choice of corporate managers falls almost exclusively on the euro.

Conclusion

The analysis identified the main patterns of way Bulgarian economic agents borrow funds from the IDSM. The government sector is the main sector of the economy that participates in the IDSM. The financial corporations rarely use this market as a source of funds. The same can be said of the non-financial corporations among which the main participant is the state-owned BEH. Funds are borrowed from the bond market but not from the money market. The main emphasis in the debt issue policy is on the international debt instruments which are denominated in euro and are with a fixed interest rate.

References

1. Siegfried, N., E. Simeonova, C. Vespro (2007). Choice of Currency in Bond Issuance and the International Role of Currencies. ECB, Working Paper No. 814.
2. Blommestein, H. (2012). Trends and Best Practices in Shaping OECD Public Debt Management and Government Securities Markets. In: Capital Market Reform in Asia Towards Developed and Integrated Markets in Times of Change, ed. by K. Masahiro and A. Sheng, SAGE Publishing.
3. Claessens, S., D. Klingebiel, S. Schmukler (2007). Government Bonds in Domestic and Foreign Currency: the Role of Institutional and Macroeconomic Factors. *Review of International Economics*, Volume 15, Issue 2, pp. 370–413.
4. Hausmann, R., U. Panizza (2003). On the Determinants of Original Sin: An Empirical Investigation, *Journal of International Money and Finance*, vol. 22, issue 7, pp. 957-990.
5. Naciri, A. (2017). Sovereign Credit Rating: Questionable Methodologies. Routledge.
6. Packer, F. (2003). Mind the Gap: Domestic Versus Foreign Currency Sovereign Ratings. *BIS Quarterly Review*, September, pp. 55-63.
7. Siegfried, N., E. Simeonova, C. Vespro (2007). Choice of Currency in Bond Issuance and the International Role of Currencies. ECB, Working Paper No. 814.
8. Thompson, J. (2014). Five Decades at the Heart of Financial Modernisation. *OECD Journal: Financial Market Trends*, Vol. 2011 – Issue 1.

АНАЛИТИЧНИ ПРОЦЕДУРИ ПРИ НЕЗАВИСИМИЯ ФИНАНСОВ ОДИТ ЗА ПРОВЕРКА НА ПРИХОДИТЕ

Бранимира Колева

Икономически университет – Варна

branimirakoleva@ue-varna.bg

Abstract. Audit procedures are specific acts performed by the auditor to gather evidence to determine if specific audit objectives are being met. A set of audit procedures prepared to test audit objectives for a component of the financial statements is usually referred to as an audit program.

Analytical procedures are part of audit procedures. *Analytical review* involves the study, comparison, and evaluation of relationships among financial and nonfinancial data at a point in time and the trend in those relationships over a period of time. Analytical procedures involve comparisons of recorded amounts, or ratios developed from recorded amounts, to expectations developed by the auditor.

Keywords: audit; analytical procedures; revenue; audit efficiency and effectiveness; audit evidence.

Въведение

Аналитичните процедури включват изследване, сравнение и оценяване на взаимовръзките между финансови и нефинансови данни към даден момент, както и тенденциите на тези взаимовръзки през даден период от време.

Целта на настоящата разработка е теоретично и илюстративно представяне на аналитичните процедури прилагани в независимия финансов одит при проверка на приходите.

Поставените **задачи** са: Изясняване същността на аналитичните процедури и представяне на типове аналитични процедури прилагани при проверка на приходите.

В одиторската литература съществуват три основни стъпки при изпълнението на аналитичните процедури: Развитие на очакване за осчетоводените суми; Сравнение на очакваните суми с осчетоводените вече такива; Определяне на желаното естество и обхват на понататъшното одиторско тестване, основавайки се на различията между очакванията и осчетоводените суми, обмисляне на целите и прецизността на процедурите.

Аналитичните процедури са важни, поради което те се изискват през целия одит. Те се използват в независимия финансов одит със следните цели: при планиране на характера, времето и обхвата на други одиторски процедури; като процедура по същество с цел получаване на доказателства за отделни твърдения; като цялостен преглед на финансовата информация във финалната фаза на одита.

Съществуват различни **типове аналитични процедури**, които одиторът може да използва при планиране на одита и при оценка на разумност на финансовата информация. Най-често използваните три аналитични процедури са следните:

Сравнителен анализ - представлява сравнение на междинни или текущи финансови отчети спрямо два или повече предходни периода.

Коефициентен анализ - сравнение на изчислени коефициенти за текущия период спрямо същите коефициенти за предходен период, за бизнеса като цяло или бюджет.

3. Процедури по определен модел - включва използването на клиентски оперативни данни, съответна външна информация с цел формиране на очакване за счетоводните операции и салда.

Приходите в одитираните дружества винаги се приемат, че са суми носещи **съществен риск**. В средните и големите предприятия е много трудно само чрез физическа проверка на фактурите за продажба да се потвърдят или не, твърденията на ръководството за пълнота, точност, разграничимост на периодите, съществуване на признатите вече приходи. Размерът на одиторската извадка на приходите в много случаи е прекалено голяма, за да се прегледат всички фактури попаднали в подбора. Ето защо, аналитичната процедура е едно

полезно, ефективно и разходо спестяващо средство за проверка на приходите с цел получаване на надеждни одиторски доказателства.

Аналитичните процедури свързани с приходите се използват с цел идентифициране на необикновени или неочаквани взаимовръзки, които индикират за съществени неточности дължащи се на измама във финансовия отчет. Одиторът какъвто и тип аналитична процедура да използва при проверката на приходите, то тя включва **сравнение на ключови текущи финансови данни към:**

Финансова информация от предходен период.

При тази аналитична процедура, одиторът може да сравни признатите приходи от продажби между две години. Например:

1.1. Сравнение на месечните продажби и рекламации от текущата година с тези от предходната. Тази процедура може да разкрие съществуването на значителни рекламации (кредитни известия по фактури), които могат да индикират относно това, че приходите са неправилно признати (умишлено или не) през проверявания период. Нерядко, в практиката ми на одитор срещам дружества да издават фактура за продажба през даден месец, но тъй-като нямат възможност да платят данъка върху добавената стойност, в същия месец издават и кредитно известие. Това кредитно известие се осчетоводява, но не се предоставя на клиента. В един по-късен период в зависимост от наличността на паричните си средства дружеството издател (доставчик) анулира кредитното известие.

1.2. Анализ на взаимовръзката между перата във финансовия отчет за текущия отчетен период спрямо сравним предходен период.

1.3. Сравнение на коефициенти от текущата спрямо предходната година. Например, показатели за рентабилност и ефективност.

2. Финансова информация на база прогнози, бюджети.

Когато бюджети или прогнози се използват при изпълнението на аналитични процедури, одиторът има две основни задачи:

2.1. Одиторът трябва да бъде сигурен, че бюджетите или прогнозите са реалистични, представят управленската най-добра преценка и са адекватно подготвени.

2.2. Налице е потенциална възможност текущата финансова ин-

формация да е била променена от клиента, за да потвърди бюджетите или прогнозите. Считаю, че в българските условия одиторите трудно биха използвали тази процедура.

3. Подобна информация отнасяща се за отрасъла, в който предприятието работи

Сравнението на клиентските данни с данните от отрасъла може да снабди одиторът с полезна информация за работата на дружеството относно това как се справя спрямо същите дружества в сектора. Например: предприятието може да е загубило пазарен дял, неговото ценообразуване да не е конкурентноспособно, в резултат на което да е възникнала необичайна себестойност, натрупване на големи загуби или да има остарели (морално и физически) материални запаси. В случаите, в които сравнението с отраслови данни може да осигури полезна информация, одиторът ще бъде доволен, че подобни данни са сравними. Тези сравнения са трудни, защото:

Информацията за отрасъла е силно осреднена и бизнес линията на клиента не е същата както стандарта на отрасъла;

Отделните предприятия следват различни счетоводни методи и преценките на ръководствата за отделните счетоводни обекти са различни.

Това разбира се не означава, да не се прилагат сравнения с отраслови данни. Точно обратното, тази информация би довела до въпроси, поради което одиторът следва да упражни преценка при подбора на данни за извършване на аналитични процедури, при анализирането и оценяването на получените резултати.

4. Нефинансова информация, която може да повлияе върху финансовите данни.

Нефинансовите оперативни данни често се генерират и поддържат извън счетоводния отдел, сравнения включващи подобни данни могат да осигурят независима проверка относно разумност, правилност на свързаната с тях финансова информация. Тестове включващи нефинансови данни се отнасят към “тестове на разумността”, тъй-като те се използват, за да се определи верността на осчетовоените финансови данни. Характера на твърдението, което ще се тест-

ва – вида на твърдението, което ще се проверява трябва да бъде анализирано, за да се определи, дали аналитичните процедури биха удовлетворили одиторската цел чрез по-ефикасен и ефективен начин, отколкото прилагането на детайлни тестове. Например:

Да си представим, че сме одитори на голямо дружество, което има стотици хиляди фактури за продажби на месец – например, дружество Водоснабдяване и Канализация за определен град. Физическата проверка на фактурите за продажби е практически невъзможна. Именно тук е мястото одиторът да приложи аналитична процедура като процедура по същество, за да провери твърдението на ръководството „пълнота“ и „вярност“ на приходите. Одиторът иска данни от отдела, отговарящ за изчисляването (следенето) на потребената вода от населението и тези кубични се умножават по средната цена за периода. По този начин се стига до числото на признатите приходи от продажби на вик услуги за проверявания период - месец, година.

В допълнение, аналитична процедура може да се приложи при изчисляването на дадени и получени отстъпки и комисионни. Източник на информация биха били: сума от извършени покупки на активи или услуги или сума на продадени активи или предоставени услуги.

Например, българско дружество „А“ посредничи при закупуването на стоки на руско дружество „В“ от българско дружество „С“. През 2016 г. Дружество „С“ е продало на руското дружество „В“ компоти за 10 млн. лв. Дружество „А“ получава комисионна за посредническата услуга по 1 % от реализираните обороти, както от дружество „В“ така и от „С“. Одиторът на дружество „А“, за да не проверява всички издадени фактури за комисионни, може да приложи аналитична процедура. Изисква от своя клиент, обема в количествено и стойностно изражение на продадените компоти от българското дружество „С“ към руското „В“ през 2016 г. Използвайки тази информация одиторът изчислява размера на приходите, които би трябвало да са признати в дружество „А“. За 2016 г. Дружество „А“ би следвало да признае приходи от комисионни в размер на 200 хил.

Лв. (по 1 % от всеки).

Основният проблем при използването на нефинансови данни е верността им. Следователно одиторът следва да упражни преценка при използването на подобни данни за прилагането на аналитични процедури и при анализирането, и оценяването на получените резултати.

Заклучение

В **заклучение** одиторът трябва да прецени дали аналитичните процедури, които изпълнява като тестове по същество или като цялостен преглед в края на одита индикират за риск от съществени неточности дължими на измама, които преди това не са открити.

Аналитичните процедури са необходима и присъща част на всеки един одит, макар че голяма част от одиторите не ги прилагат често. Те показват изменения, които са важни за вземане на решение, дали да се направят допълнителни тестове по същество или следва да се оптимизира работата.

Считам, че приложени по правилен начин аналитичните процедури подобряват ефективността и ефикасността на всеки един одит.

Използвана литература

1. ARENS, A. ALVIN. (2016). Auditing and Assurance services, 16th Edition
2. WHITTINGTON, RAY. , PANY, K.. (2013). Principles of Auditing and Other Assurance Services, 19th Edition.
3. JOHNSTONE, K., GRAMLING, A. (2013). Auditing: A risk - Based Approach

ОФШОРЛИЙКС – НАЧАЛОТО НА КРАЯ ИЛИ НОВ ЕТАП В РАЗВИТИЕТО НА ОФШОРНИТЕ ФИНАНСОВИ ЦЕНТРОВЕ?

Недялко Вълканов

Икономически университет – Варна

n.valkanov@ue-varna.bg

Abstract. During the period between 2013 and 2016 the International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ) revealed information about hundreds of thousands offshore registrations and accounts of individuals and corporations from all over the world. One more time the problems concerning bank secrecy, international transfer of funds and tax evasion were brought out to the spotlight of public attention. The thesis for the approaching end of the offshore financial jurisdictions rang out again.

Furthermore, the classical offshore model is exposed to trial under the pressure caused by financial innovations (like the gaining popularity Fin Tech companies), the advantage in the information technologies sphere and the appearance of entirely digital financial instruments (like cryptocurrencies) and platforms for international financial transactions, as well as by the introduction of some key regulations with global impact (like the US FATCA).

Meanwhile, the interest in offshore fund transfers retains its popularity and even a formation of new jurisdictions with offshore characteristics could be noticed.

Object of analysis in the report is the impact of changing financial industry on offshore activities, focusing on some specific factors altering the adopted offshore paradigm. On this basis could be raised the question if financial innovations and strong public pressure would eventually provoke the evolution of familiar offshore jurisdictions into peculiar virtual financial centers.

Keywords: *Offshore financial centers, bank secrecy, financial innovations*

Последните години се откриха като критични по отношение на банковата тайна. Благодарение на Международния консорциум на разследващите журналисти (ICIJ)¹ публично достойно стана огромна по обем база от данни за офшорни банкови сметки и корпоративни регистрации. Нещо повече, изнесените през 2016 г. в рамките на разследването „Документите от Панама“ (Panama Papers) данни доказаха участието на стотици банки от цял свят (сред които HSBC, UBS, Credit Suisse, Deutsche Bank, Barclays, Societe Generale и др.) в откриването на сметки или регистрирането на офшорни компании на името на свои клиенти². Източването на данни от сървърите на базираната в Панама компания-регистратор Mossac Fonseca разкри регистрациите на над 200 хиляди такива компании в 21 офшорни юрисдикции за периода от 1971 г. до 2016 г.

Посоченото разследване е предшествано от няколко подобни мащабни разкривания на информация. Лихтенщайнската данъчна афера (2008 г.) даде информация за немски клиенти, укриващи данъци в Княжеството. Последващите инициативи на ICIJ потвърдиха привлекателността на офшорните зони – разследването Offshore Leaks през 2013 г. разкри информация за 130 000 банкови сметки в офшорни зони по цял свят, а през 2015 г. Luxembourg Leaks освети осигуряването на преференциален данъчен режим във Великото херцогство за стотици международни компании със съдействието на четирите големи одиторски и консултантски компании KPMG, E&Y, PWC и Deloitte. През същата година последва и оповестяването на Swiss Leaks, доказващо участието на швейцарската банка UBS в подпомагането на 100 000 свои клиенти от 203 страни в укриването на капитали на стойност 100 млрд. щ.д. в различни офшорни зони.

Самите банкови институции също прибегват до офшорни услу-

¹ International Consortium of Investigative Journalists. ICIJ е глобална и независима мрежа, обединяваща над 190 разследващи журналисти от 65 страни. Нейни партньори са водещи медии от цял свят. Повече за дейността на ICIJ вж. на уеб адреса на организацията – <https://www.icij.org/about>.

² Базата данни, свързана с разследването Panama Papers е достъпна на адрес: <https://panamapapers.icij.org/>.

ги по отношение отчитането на собствените си печалби. Проучване на международната организация OXFAM сочи, че двадесетте най-големи европейски банкови групи са изнесли към офшорни зони около четвърт от печалбата си за 2015 г., което се равнява на близо 25 млрд. евро. В тези юрисдикции същите тези банки имат регистрирани свои дъщерни дружества, в които обаче се генерират едва 12% от общите им обороти и в които са позиционирани само 7% от служителите им (OXFAM 2017:15)³. До подобни практики прибъгват и нефинансовите корпорации – към края на 2014 г. 286 от най-големите щатски компании от индекса Fortune 500 отчитат 2,1 трилиона щ.д. приходи, акумулирани в различни офшорни центрове (Public Interest Research Group 2015:10).

Маркираните по-горе данни свидетелстват за сериозно компрометиране на офшорния бизнес. Допускането на подобно осветяване е сигнал за пропускане на най-важната негова характеристика – поддържането на анонимност. Паралелно с това все по-засилващото се сътрудничество между традиционно сочената за бастион на банковата тайна Швейцария и европейските и американските данъчни и правоохранителни служби, както и влизането в сила на щатската регулация за контрол върху притежаваните от американски граждани парични средства в чужбина (FATCA) неминуемо води до изменение на наложилото се през последните четиридесет години офшорно статукво. Налице е географско препозициониране на офшорните убежища – така например приемането на споразумението FATCA от повече от 100 страни⁴, включително и най-развитите икономики, води до завръщането на американски офшорни капитали обратно в САЩ и най-вече в щатите Невада, Уайоминг и Южна Дакота⁵.

³ Още по-показателен е примерът с френските банки BNP Paribas, Credit Agricole и BPCE, които нямат назначен нито един служител в поделенията си на Каймановите острови, но въпреки това регистрираните там техни дъщерни дружества са отчели обща печалба от близо 140 млн. евро (OXFAM 2017: 32).

⁴ Списъкът със страните, приели споразумението FATCA е наличен на адрес: <https://www.treasury.gov/resource-center/tax-policy/treaties/Pages/FATCA.aspx>

⁵ Вж. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-01-27/the-world-s-favorite-new-tax-haven-is-the-united-states>

Превърнали се в интерес за финансовата индустрия след настъпилата либерализация на световните пазари през 70-те години на миналия век, офшорните зони стават привлекателни поради осигуреното от тяхна страна безусловно гарантиране на собствеността, нулевите или много ниските данъчни ставки, безпрекословното спазване на банкова тайна, надеждните банкова и правна система и облекчения режим за юридическа регистрация. Въпреки липсата на унифицирана класификация (дори ЕС не е въвел единен списък на офшорните зони като за целите на данъчното облагане всяка страна-членка поддържа свой собствен регистър), може да се приеме, че всяка юрисдикция, привличаща чуждестранни капитали на базата на посочените по-горе критерии притежава своеобразен офшорен статут.

Наложилото се през годините обществено мнение, че тези юрисдикции привличат единствено инкриминирани капитали, свързани с укриване на данъци или изпиране на пари обаче е неточно и следва да се допълни с обстоятелството, че част от корпоративните офшорни регистрации се създават именно с цел осигуряването на облекчен регистрационен и данъчен режим. Така например в корабоплаването практиката за регистрация на морските съдове под флага на друга страна съществува от векове, а днес огромна част от световния флот (над 70% от регистрирания бруто тонаж) плава под чужд флаг.⁶ Облекчените съдебни и регистрационни процедури в щата Делауер пък са му спечелили славата на корпоративен рай. Ниските корпоративни данъчни ставки в Р. Ирландия са довели до решението на редица водещи компании от сферата на високите технологии да регистрират свои дъщерни дружества именно в тази страна.

Сами по себе си възникнали като своеобразна за времето си финансова иновация, офшорните финансови центрове попадат под ударите на днешните иновации във финансовата сфера. Масовото

⁶ Най-голям дял тук имат страните Панама, Либерия и Маршаловите острови. По-подр. вж. Review of Maritime Transport, UNCTD, 2016, p. 44 < http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/rmt2016_en.pdf >.

навлизане на FinTech компаниите, бионичните банки, появата на криптовалутите и платформите, базирани на blockchain-технологията, поставят финансовата индустрия пред вратите на нов етап от нейното развитие (Вачков 2015). Налице е и високочестотната търговия (high-frequency trading), при която компютрите купуват и продават финансови активи в рамките на милисекунди. От тази гледна точка съвременната динамика до голяма степен обезсмисля статута на традиционните офшорни зони в качеството им на отдалечени, тайни и сигурни трезори. Тяхната статика вече е прекалено уязвима и ги превръща в постоянна мишена на ударите на негативния обществен отзвук, регулаторните инициативи, а не на последно място и на конкуренцията на новите технологии и пряко свързаните с тях финансови иновации.

Най-малкото поради инвестираните офшорно трилиони щатски долари, размиването на контурите на познатата ни офшорна дейност в близък времеви хоризонт е твърде малко вероятно⁷. В един малко по-далечен период обаче векторите на промяната в сферата на технологиите и финансите неминуемо ще обхванат и офшорното изнасяне на капитали. Твърде наивно би звучало допускането за неговото изчезване от лицето на финансовата система. По-правдоподобно е предположението за еволюция в посока превръщането на офшорните центрове в своеобразни високотехнологични виртуални трезори, характеризиращи се с висока степен на гъвкавост, адаптивност, интегритет на широка гама от финансови услуги, както и с възможност за светкавична, а защо не и постоянна мобилност на депозирани фондове. Дори и в момента чисто физическата принадлежност на т.нар. „кухи компании“ (shell companies) към дадена офшорна юрисдикция се ограничава единствено до получаването на регистрация като физическото присъствие е сведено до определен пощенски адрес. Вече сме свидетели как тези „пощенски кутии“ се заменят от интернет платформите, а единствената физическа зависимост е по

⁷ Според консервативната оценка на Мрежата за данъчна справедливост в офшорни активи са депозирани между 21 и 32 трилиона щ.д. Вж. Tax Justice Network, The Price of Offshore <<http://www.taxjustice.net/2014/01/17/price-offshore-revisited>>.

отношение позиционирането на компютърните сървъри.

Освен че известява настъпването на следващ етап в тяхното развитие, шумът около офшорните финансови центрове отново връща предизвикателството с осигуряването на финансова прозрачност в ръцете на регулаторите и обществото.

Използвана литература

1. Вачков, Ст. (2015) *Иновациите – новата нормалност в банкирането*. Варна: Наука и икономика.

2. Oxfam International (2017) *Opening the Vaults: The Use of Tax Havens by Europe's Biggest Banks* [Online] Available from: <https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/bp-opening-vaults-banks-tax-havens-270317-en.pdf> [Accessed: 20/04/2017]

3. Public Interest Research Group (2015) *Offshore Shell Games 2015. The Use of Offshore Tax Havens by Fortune 500 Companies* [Online] Available from: http://www.uspirg.org/sites/pirg/files/reports/USP_ShellGames_Oct15_1.3.pdf [Accessed: 20/04/2017]

ЗАДЪЛЖЕНИЕТО ЗА УВЕДОМЯВАНЕ ПРИ НЕПРЕОДОЛИМА СИЛА – ТЕОРЕТИЧНИ И ПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ

Виолета Владова-Иванова
Икономически университет – Варна
violetavladova@ue-varna.bg

Abstract. The legal institute of force majeure is of great significance in commercial relationships, because it is related to the impossibility of completion of obligations under a commercial contract. In this report, the legal institute is overviewed in one of its aspects, which is problematic from an enforcement point of view – the notification, with which the debtor, in writing and within a suitable term of time, has to inform the creditor about the nature of the force majeure and its possible consequences for the completion of the contract. The purpose of the report is to research the issues and the controversial moments related to the liability for notification in case of non-completion of a commercial agreement due to force majeure. On this basis the report proposes certain conclusions of the nature of the notification, the responsibility for non-completion of the liability for notification, and the possibility for this notification to be waived contractually. Also a recommendation is deduced about improvement of the legislation.

Keywords: *force majeure, commercial agreement, debtors notification*

Въведение

Институтът на непреодолимата сила е с важно значение в търговските отношения, тъй като е свързан с невъзможността за изпълнение на задълженията по търговските сделки и с освобождаване на длъжника от отговорност за неизпълнението. Неоднозначното му разбиране в теорията и практиката, обосновава необходимостта от

систематизиране и изясняване на въпросите и проблемите, които възникват във връзка с него.

В настоящия доклад, институтът на непреодолимата сила се разглежда в един от проблематичните от гледна точка на правоприлагането аспекти – уведомлението, което длъжникът, писмено и в подходящ срок, трябва да изпрати до кредитора. **Целта** на изследването е да се разгледат въпросите и дискуссионните моменти, свързани със задължението за уведомяване при неизпълнение на търговска сделка поради непреодолима сила. **Обект** на изследване е нормативната регламентация на непреодолимата сила в действащото законодателство. За реализирането на целта, се поставят следните задачи: а) анализ на същността и ролята на уведомлението, б) изясняване на отговорността при неизпълнение на задължението за уведомяване, в) разглеждане на възможността задължението за уведомяване да се дерогира по договорен път.

Материали и методи

Методологичната основа на изследването е свързана с използването на разнообразни методи като: сравнително-правен, формално-юридически и общонаучни методи на познание – индукция, дедукция, анализ и синтез.

Резултати и обсъждане

Според разпоредбата на чл. 306, ал. 3 ТЗ, длъжникът, който не може да изпълни основното си задължение по търговска сделка поради непреодолима сила, в подходящ срок е длъжен да уведоми писмено другата страна в какво се състои непреодолимата сила и възможните последици от нея за изпълнението на договора. При не уведомяване се дължи обезщетение за настъпилите от това вреди. Правната доктрина се обединява около становището, че изпълнението на задължението за уведомление не е елемент от фактическия състав на непреодолимата сила, а последващо задължение – самото уведомление е индичия за вече настъпилото обстоятелство (Николов, 2012, стр. XXVIII) (Бъчварова, 2015, стр.10) (Голева, 2004,

стр.26). Уведомлението представлява волеизявление от длъжника към кредитора, което трябва да съдържа информация относно естеството на непреодолимата сила и за възможните нейни последици за изпълнението на договора. Законът предвижда и определена форма, в която трябва да бъде обективизирано това волеизявление – писмена.

Неизпълнението на задължението за уведомление се свързва с определени правни последици – обезщетение за претърпението вреди. При тази хипотеза става въпрос за обезвреда на вредите вследствие от неуведомлението или несвоевременното уведомление на кредитора, а не на вредите от неизпълнението на задължението по самия договор.

Част от съдебната практика, застъпва становище, според което се приема, че уведомяването на кредитора за настъпването на непреодолима сила е предпоставка за освобождаване на длъжника от отговорност за неизпълнение на задължението по договора (1). Това схващане противоречи на закона и не може да бъде споделено. Същото мнение се застъпва и от Николов (2012, с. XXVIII) – според който, това разбиране на част от съдебната практика е *contra legem*. По този начин се ограничава неоправдано възможността на длъжника да се позовава на непреодолима сила, макар че не е уведомил своевременно другата страна за настъпилото обстоятелство и възможните последици за изпълнението.

Задължението за уведомяване следва *ex lege* и длъжникът не може да се отклони от неговото изпълнение под страх от отговорност за причинените вреди. В теорията се изразява мнение, че по договорен път може да се дерогира това задължение (Голева, 2015, стр. 107). Според тази теза, в договора е възможно да се предвиди, че страните няма да дължат една на друга уведомление при настъпване на обстоятелство, осъществяващо признаците на непреодолима сила. За съжаление, авторът не обосновава по-детайлно своето становище, за да разберем аргументацията на която то се основава. Анализът на чл. 30б, ал. 3 ТЗ ни води до точно обратното заключение, поради което не споделяме изложената по-горе теза. Считаме, че разпоредбата на закона е императивна и не може да се дерогира по договорен път,

а ако такава уговорка е предвидена, тя ще бъде нищожна, като противоречаща на закона. Да приемем обратното, би обезмислило цялата идея за значението и ролята на уведомяването. Не на последно място като аргумент можем да посочим и разпоредбата на чл. 302 ТЗ, която императивно изисква длъжникът по сделка, която за него е търговска, да полага "грижата на добър търговец". Уведомяването на насрещната страна за действие на обстоятелство, правещо невъзможно изпълнението е проява именно на дължимата грижа – грижата на добър търговец, както към сделката като цяло, така и към изпълнението на договорните задължения. Причината законодателя да предвиди задължение за уведомяване и отговорност за неговото неизпълнение е, че неизпълнението на търговската сделка създава една празнота в правната сфера на кредитора, която той би могъл да запълни или да запълни отчасти (като потърси алтернативни начини) и така да ограничи вредите от неизпълнението, ако разбере своевременно за невъзможността на длъжника да изпълни.

За да избегне отговорност за вредите, причинени от неизпълнение на задължението за уведомление, длъжникът трябва: а) да уведоми писмено кредитора; б) в уведомлението задължително да даде информацията относно естеството на непреодолимата сила и за възможните нейни последици за изпълнението на договора; в) да направи уведомлението своевременно. Писмената форма е задължителна за длъжника и не може да се дерогира по договорен път, защото задължението за уведомление произтича от закона. Уведомление, направено в устна форма, въпреки че сочи на известна добросъвестност в поведението на длъжника, няма да има за последица освобождаване от отговорност за вредите от неуведомяването. Същото се отнася и за уведомление, което е в писмена форма, но не е направено своевременно или както законодателя се е изразил „в подходящ срок“. Кой срок е подходящ не може да бъде решено общо и еднакво за всички случаи предвид многообразието от обстоятелства, които са специфични за всяка конкретна хипотеза. Следователно, това следва да се преценява във всеки конкретен случай. Като се вземе под внимание самия характер на непреодолимата сила (извънредно,

непредвидено и непредотвратимо обстоятелство), „подходящ срок“ би следвало да означава възможно най-бързо уведомяване предвид конкретните обстоятелства. Известно затруднение идва от факта, че законодателят не е регламентирал началният момент, от който започва да тече „подходящия срок“ за уведомление. Логично и разумно е да се предположи, с оглед ролята и значението на срока, че това е момента, в който длъжника е узнал (или е трябвало да узнае, предвид дължимата грижа) за обстоятелството представляващо непреодолима сила. Тази празнина в закона следва да бъде запълнена, с оглед правилната и безпротиворечива практика. Ето защо, *de lege ferenda* може да се препоръча законодателна промяна в тази посока, като се определи началният момент на този срок.

Да действа своевременно относно уведомяването е в интерес на длъжника, защото: а) при неуведомяване се дължи обезщетение на настъпилите от това вреди; б) това може впоследствие да затрудни тежщото върху него доказване на непреодолимата сила; в) ако не уведоми кредитора, а същевременно настъпи забава за изпълнение на договорното задължение, длъжникът няма да може да се позове на непреодолимата сила (аргумент от чл. 306, ал. 1 ТЗ). Само при своевременно уведомление, длъжникът би изпълнил това свое законово задължение добросъвестно и с грижата на добър търговец. А от друга страна, само така би се оправдала целта на уведомлението заложена от законодателя в законовия текст – кредитора, след като е своевременно узнае за настъпилото непреодолимо обстоятелство, да вземе необходимите мерки и да ограничи за себе си неблагоприятните последиците от неизпълнението на длъжника, като същевременно прецени има ли интерес от запазване на договора.

Заклучение

В заключение, **основните изводи от нормативния анализ на проблема могат да се обобщят по следния начин:**

Първо, уведомяването на кредитора не е елемент от фактическия състав на непреодолимата сила. Екскулпирането на длъжника е възможно и при неизпълнение на това задължение. Отговорността му е за вредите от неупредомяването, а не за вредите от неизпълнението на основното задължение по търговската сделка.

Второ, задължението за уведомяване не може да се дерогира по договорен път, нито чрез договора страните могат да се отклонят от писмената му форма, поради императивния характер на законовата разпоредба.

Трето, разпоредбата на чл. 306, ал.3 ТЗ се нуждае от корективна законодателна намеса – *de lege ferenda* да се определи началния момент от който започва да тече срока за уведомяване на кредитора относно непреодолимата сила и възможните ѝ последици за изпълнението на договора.

Бележки

1. Например: Решение № 1400 от 31.07.2013 г. по т.д. № 4067/2012 г. на Софийски градски съд; Решение от 04.02.2013 г. по гр. д. № 39420/2011 г., П г. о., 66-ти с-в на Софийски районен съд.

Използвана литература

1. БЪЧВАРОВА, М. (2015). *Непреодолимата сила в търговското право*. Търговско право (2)

2. ГОЛЕВА, П. (2015). *Търговско право. Втора част. Търговски сделки*. Издателство Апис.

3. ГОЛЕВА, П. (2004). *Непреодолимата сила и нейното прилагане в съдебната и арбитражната практика*. Пазар и право (4).

4. НИКОЛОВ, Я. (2012). *Непреодолимата сила*. Търговско и конкурентно право (7). Приложение: Библиотека (3).

МЕЖДУНАРОДЕН БИЗНЕС И ЗЕЛЕНА ИКОНОМИКА – НЯКОИ НОВИ ТЕНДЕНЦИИ И ИДЕИ

Стела Живкова

Университет за национално и световно стопанство – София

st_zhivkova@yahoo.com

Abstract. Nowadays one of the main issues is how to achieve economic development by limiting as much as possible the negative effects on our environment. Undeniable fact is that the business has a huge impact on every aspect of life on the planet and one of its strongest impacts is on the environment. Thousands of owners and managers all around the world already have realized that they can much better meet the challenges in front of them and at the same time to contribute to making the world a better place by implementing their business with new and different ethics. Within this context the world is increasingly talking about sustainability in every element not only of the social life. The sustainability of the business has three main components - economic, environmental and social. The key issue of sustainability is how to ensure a high quality of life (economical aspect) to the people (the social aspect) without destroying the natural foundations that underpin all life on earth (environmental aspect). This question is in the bases of the sustainable development concept and provides a basis for the development of one of the most recent economic trends, namely the green economy. In the light of these modern developments many changes in the way companies are doing business and accept the surrounding environment can be noticed. Some of these innovations are presented on the next pages of present report.

Keywords: *sustainable development, green economy, international business*

Въведение

Човешката цивилизация се сблъсква с набор от сложни екологични проблеми, които вече оказват негативно влияние върху човешкия живот на планетата с предизвикани от човека промени и проблеми. Бизнесът във всичките му форми е единствената сила с достатъчни възможности, за да преодолее екологичните проблеми пред човечеството. Дневният ред за устойчиво развитие представлява подходящ модел за обезпечаване на разцвета на планетата в условията на измененията на климата, загубата на биологично разнообразие и замърсяването на околната среда. Двадесет и първи век е съпътстван както от изострянето на проблемите за опазване на околната среда, така и от появяващите се и все още слабо изследвани нови форми на международен бизнес: изгражданите нови международни борси за търговия с вредни емисии, оптимизирането на функционирането на международните вериги на доставки в съответствие с изискванията на опазване на околната среда, реализирани на национално равнище и чрез международни програми.

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА НА ЗЕЛЕНАТА ИКОНОМИКА

Бизнесът има огромно влияние върху всеки аспект от живота на планетата и едно от най-силните му въздействия е върху природната среда. Устойчивостта на бизнеса има три основни компонента – икономически, екологичен и обществен. Основният въпрос на устойчивостта е как да се осигури по-високо качество на живот (икономически аспект) на хората от човечеството (обществен аспект) без да се разрушават природните основи, върху които се гради животът на земята (екологичен аспект). Този въпрос стои и пред едно от най-новите направления в икономическия живот – зелената икономика, но се прибавя и още един съществен аспект – проблемът за ефективността. Задачата пред зелената икономика е как по-ефективно да се осигурят предимствата от по-добро качество на живота за всички хора без да се разрушава природата. Едно от най-често цитираните определения за зелена икономика принадлежи на Програмата за околна среда на ООН: „икономика, която води до подобро човеш-

ко благосъстояние и социално равенство при значително намаляване на рисковете за околната среда и на екологичните дефицити”¹. Зелената икономика се разглежда още като нисковъглеродна, при която ефективно се използват ресурсите и се създават условия за социално включване. В зелената икономика растежът на доходите и заетостта се задвижва от публични и частни инвестиции, които намаляват въглеродните емисии и замърсяванията, подобряват енергийната и ресурсна ефективност и предпазват от намаляване на биологичното разнообразие (OECD, 2011).

За съжаление всички екологични проблеми, с които се сблъскват хората днес като общество, имат за коренна причина съзнателно взето делово решение. Голяма част от законодателството по отношение на екологичните проблеми е разработено и прието под въздействието на бизнеса върху политическите процеси (World Bank, 2012). Ефективните правителствени политики могат значително да ускорят движението към устойчиво общество чрез различни стимули и санкции. Опитът обаче показва, че правителствените мерки обикновено са много по-бавни в сравнение с действията на бизнеса. Зеленият бизнес осигурява мултипликационни ефекти върху усилията за постигане на по-добро бъдеще. Усилията за създаване на устойчив бизнес чрез сътрудничество със задгранични партньори оказват силно влияние върху заетите, социалната среда, в която работи бизнесът, върху неговите конкуренти, доставките, нагоре по веригата на снабдяване и клиентите – надолу по веригата на снабдяване. Така например във Франция няколко предприятия създават сдружение „Бизнес с грижа за околната среда”, чиято основна задача е да предвижда възможни проблеми, които биха могли да повлияят негативно на дейността на всяко едно от тези предприятия. По своя инициатива сдружението си поставя цели за намаляване на емисиите на парникови газове, разработва инструмент за отчитането и измерването им и създава цялостна методология за мониторинг, която в

¹ UNEP, 2011, „Towards a Green Economy. Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication, A Synthesis for Policymakers“

последствие се превръща в Европейски регистър за изпускане и пренос на замърсители (ЕРИПЗ). Друг пример за предприемане на инициатива от страна на бизнеса е френската фирма Leclerc, която първа започва да изписва върху етикетите на продуктите си емисиите, които се отделят при производството им. Това е маркетингова стратегия на фирмата, целяща, чрез мерки за опазване на околната среда, да привлече повече потребители на продуктите, които предлага. В следствие тази информация става задължителна за поставяне на продуктите в съответствие с Директива 2010/30/ЕС относно посочването на консумацията на енергия върху етикети. Фирма Dow Chemicals пък още през 50-те години на XX в. започва да се бори със замърсяването на въздуха и водите като въвежда политика на „нулево замърсяване”. „После се заема да превръща замърсяващите вещества от газовете, бълвани от комини и изпаряващи се разтвори, в продаваеми продукти и тръгва към създаване на пазари за тях².

ВЪЗНИКВАНЕ НА НОВИ СЕКТОРИ ПОД ВЛИЯНИЕ НА ЗЕЛЕНАТА ИКОНОМИКА

Еко-производство

В рамките на Европейския съюз, в някои страни-членки фирмите в сектора на електрическата и електронна промишленост още в края на 90-те години на миналия век започват да търсят начини да си “изчистят” производството. Това води до поява на концепцията за еко-дизайн или еко-производство. Най-общо тази практика се свързва с производството на продукти, които са енергийно ефективни, с по-дълъг живот и са лесни за разглобяване. Тогава различни изследователски екипи провеждат проучвания, целящи да разберат причините за предприетите от фирмите мерки за екологосъобразно производство. Установени са две основни групи фактори, стимулиращи фирмите към еко-производство – външни и вътрешни. Най-важните външни фактори са изискванията на клиентите и законодателните норми. Голяма част от фирмите, участващи в проучванията, посоч-

² Дракръ П., 2008, „Подбрано от Дракръ”, стр. 66

ват, че приемането на законодателни мерки и прилагането на принципа “отговорност на производителя” по отношение на опаковките и автомобилната индустрия, ги стимулира да предприемат мерки за избягване на по-строги изисквания³.

Нови бизнес организации

В сферата на опазването на околната среда съществена роля играят различни доброволчески и неправителствени организации, които са посветили дейността си изцяло на защитата и опазването на околната среда. Тяхната дейност на пръв поглед няма нищо общо с бизнеса или международната търговия. В книгата си “Околната среда и бизнесът” А. Макмилан Блеър и Д. Хичкок (Blair, Hitchcock, 2001) представят друга гледна точка по отношение на неправителствените организации, като ги разглеждат като организации, използващи чисто икономически инструменти, бизнес методи за набиране на средства, с които да постигнат своите екологични цели. Според тях тези отношения между бизнеса и околната среда водят до създаване на нов вид бизнес организация, която двамата автори наричат CANPO (the Commercial Arm of a Non-Profit Organization).

Заклучение

Представените на горните редове новости в съвременната икономика и в начина на правене на бизнес са само малка част от тенденциите, които се наблюдават в контекста на устойчивото развитие и зелената икономика. Те обаче ясно показват, че бизнесът не е само пасивен последовател на решенията вземани от правителствата на национално и наднационално равнище, но и самите те са инициатори на голяма част от промяната в мисленето и работата в съвременните общества. И това е добра новина, защото ясно показва, че регулатор и бизнес гледат в една посока и полагат общи усилия идеите на устойчивото развитие наистина да се случат.

³ Gottberg A., Morris J., et al., 2006, „Producers responsibility, waste minimization and the WEEE Directive: Case studies in eco-design from the European light sector“, Science on the Total Environment 359

Използвана литература

1. ДРАКЪР, П. (2008) *Подбрано от Дракър*
2. BLAIR, A., HITCHCOCK D. (2001) *Business and Environment*, Routledge
3. GOTTBURG, A., MORRIS, J., et al. (2006) *Producers responsibility, waste minimization and the WEEE Directive: Case studies in eco-design from the European light sector*, Science on the Total Environment.
4. OECD (2011) *Towards Green Growth*
5. UNEP (2011) *Towards a Green Economy. Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication, A Synthesis for Policymakers*
6. WORLD BANK (2012) *Inclusive Green Growth, the Pathways to Sustainable Development*

ТЕОРИЯ НА ТРАНСФОРМАЦИИТЕ – ВЪЗМОЖЕН ПЪТ ЗА ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

Мира Алякова
„ИПСМП Виталис 2015” ЕООД
malyakova@yahoo.com

Abstract. Understanding structural change is one of the biggest challenges of the social sciences. In connection with this challenge is shaped field of research that focuses on transitions, defined as non-linear process of social change in which social systems transform structurally. Transitions leading to sustainability is generally defined as a radical transformation of the general state of the system that solves the existing problems in modern societies. One of the key aspects of research on the transitions is that existing problems are symptoms of some unstable societies that it is imperative to fundamentally change - in culture, structure and through practice to be able to be built sustainable modern societies. This can happen due to external shock or crisis or innovation - technology or ways of thinking and acting. The innovation system associated with changes in specific subsystems, while the prism of the theory of socio-technical transitions looks at different scale levels - the individual - to the overall system, refers to long-term projects (30-40 years). The transformation of a system is connected to a compatible evolution when the interaction between social subsystems affect the dynamics of the individual subsystems, leading to multidirectional changes. Into the article is discussed various concepts of transition theory and summarized why it is crucial for the sustainable development of modern societies.

Keywords: *transition theory, transition management, sustainability, MLP*

Въведение

В обществото се срещат непрекъснато неустойчивите проблеми на съвременното. Настойчивите проблеми, с които се среща обществото са комплексни, защото са дълбоко вкоренени в нашите обществени структури. Те са трудни за управление, тъй като обхващат вариация от участници с разнопосочни интереси и е трудно да се разберат и интерпретират (Driven, J., Rotmans J. and Verkaik A.P., 2002). Примери за тези проблеми има много, но по-важното е че те водят до нестабилност в обществата (Loorbach, D. & Rotmans, J., 2010). Изследователите изхождат от тези проблеми и създават ново движение в науката, което определят като теория за трансформациите (Transition theory).

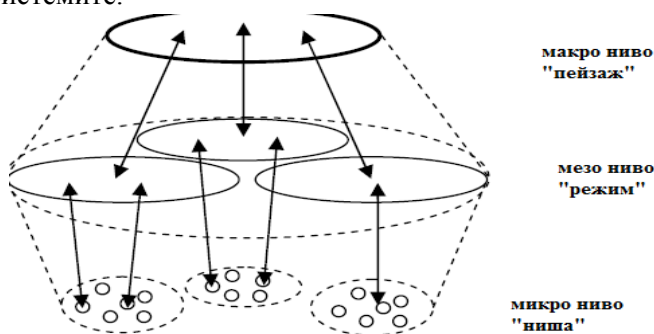
Основи на теория на трансформациите

За първи път понятието трансформация е дефинирано като структурна социална промяна, която е резултат от съвместното еволюиране на икономиката, културата, технологията, екологията и институциите на различни мащабни нива – микро, - мезо и – макро равнище (Rotmans et. al, 2000). В съвременната литература се дефинира като фундаментална промяна в структурата, културата и практиката, която води до устойчивост. Теорията за трансформациите в социалните системи се разделя на две под нива – движещи сили на трансформация (Transition Dynamics), насочени към развитие на знанията за динамиката на процесите на преходите, включващи минали, настоящи и бъдещи преходи, и мениджмънт на тази трансформация (Transition Management), насочен към развитие на фундаменталните и практически знания, които да бъдат използвани за повлияване и водене на преходите в посока устойчивост. И двете полета се характеризират с разработването и развитието на мулти и интердисциплинарни знания, с участието на изследователи с опит в историята, политическите науки, обществената администрация, иновационните изследвания, науката за околната среда, природните науки, компютърното моделиране, социологията, икономиката и др.

I. Движещи сили на трансформация

Има три основни концепции за движещите сили на трансфор-

мацията. Много позиционната перспектива може да бъде прилагана като аналитичен инструмент за разделяне на социалната система на три нива или „гнезда от съвкупности”. Трансформацията е резултат от нелинейното взаимодействие между тези три нива, които в съвременната литература са разгледани като констелации – ниша, (ниша – режим), режим и „пейзаж” (макро средата на социалната система, която може да бъде повлияна трудно и да бъде променена само при външен шок или криза. Нестабилността на това ниво от системата води до появата на редица малки и средни инициативи, които се опитват да предложат алтернативни методи за решаване на глобални въпроси като – изхранване на населението с чиста продукция, справяне с безработицата и оставяне на положителен отпечатък върху екосистемите.



Фигура 1. Многопозиционна перспектива

Многофазовата концепция се използва за да опише динамиките на трансформацията във времето, които биват бързи и бавни и могат да се определят чрез редуващите се фази, през които преминава всяка трансформация. Графично се изразява по следния начин:



Графика 1. Много – фазова концепция

Многопосочната концепция е най-съвременната, която е проучена от различни перспективи. Според De Naan & Rotmans за да се разберат динамиките на трансформациите се разработват три ключови концепции, които са: условия, допринасящи да се случи трансформация; примери за настъпила трансформация; пътица за трансформация (De Naan J., 2010). Теоритизирани са три пътя на трансформацията, чиито характеристики следват: Упълномощаване; Реконстелация; Адаптация. Втората част на теорията на трансформациите е мениджмънта на прехода от едно динамично състояние в друго, която има водеща роля в цикъла на живот на една инициатива.

II. Мениджмънт на трансформациите

Моделът на мениджмънта на трансформациите е основан на понятия, съдържащи се в теорията за комплексните системи и новите форми на управление, поставени в нова светлина. Трансформацията е структурна промяна в социалната под – система, която е резултат от съвместното еволюиране на икономиката, технологията, екологията и институционалното развитие на различни мащабни нива. Трансформациите не могат да бъдат управлявани по команда и контролирани напълно, но може да се повлияе на тяхното темпо и посока. Това може да се получи чрез мениджмънта на трансформациите.

Цикълът на мениджмънта на трансформациите структурира инструментите му в четири активни групи, изобразени на фигура 2 - Цикъл на мениджмънта на трансформациите: (Rotmans, J. and Loorbach D., 2006).



Фиг.: Цикъл на мениджмънта на прехода (Rotmans and Loorbach, 2006, Loorbach, 2007)

Фигура 2. Цикъл на мениджмънта на трансформациите

III. Изводи и заключение

Трансдисциплинарността и подхода на участие на множество актьори и заинтересовани лица в процеса на трансформация на социалните системи са двата ключа, които имат капацитет да стимулират устойчивото развитие на модерните общества.

Използвана литература

1. DIRVEN, J., ROTMANS J. AND VERKAIK A.P., Society in Transition: an Innovative Viewpoint, Transition Essay, The Hague, (2002)
2. LOORBACH, D. & ROTMANS, J. ,The practice of transition management: Examples and lessons from four distinct cases, Futures, 2010
4. ROTMANS, J., KEMP, R., VAN ASSELT, M., GEELS, F., VERBONG, G., AND MOLENDIJK K., Transities & transitie management: De casus van een emissiearme energievoorziening. Maastricht, ICIS (International Centre for Integrative Studies) & MERIT., 2000
5. DE HAAN J. , Towards transition theory, (2010)
6. ROTMANS, J. AND LOORBACH, D., Transition management: reflexive steering of societal complexity through searching, learning and experimenting., 2006

ЗА НЯКОИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПУБЛИЧНИЯ НАДЗОР НАД РЕГИСТРИРАНИТЕ ОДИТОРИ

Дияна Банкова
ВУЗФ – София

diyanabankova@gmail.com

Abstract. With the emergence of several destabilizing financial events in the economic sector - the bankruptcy of large corporations such as Enron, Woradcom and other companies, in 2002, the US is setting up legislative reforms in the financial sector.

These anomalies in business cost billions of dollars to investors. In this way, public confidence in the state and the business is also lost. Therefore, the need for public oversight of registered auditors is increasing. It establishes the Commission for Public Surveillance of Registered Auditors in the United States.

The name of the first legal regulation in this area is the Sarbanes Oxley Act, which was given by its compilers - US Senator Paul Sarbanes and US Senator Michael G. Oxley.

In July 2008, with the amendment to the Independent Financial Audit Act, the Commission for Public Supervision of Registered Auditors (CPA) in the Republic of Bulgaria was established, which exercises supervisory activity over the registered auditors.

With the emergence of public oversight, new audit issues arose. Some of the main supervisory challenges relate to: the lack of different questionnaires depending on the size of the registered auditor or audit firm; Repetition of commitments in the inspection sample by the inspectors (risk-based approach); Conflicts of interest with the auditors of the Institute of Certified Public Accountants and the registered auditor subject to inspection.

Keywords: *supervision; Audit, legal regulations*

Въведение

С настъпването на няколко дестабилизиращи финансови събития в икономическия сектор – фалитите на големи корпорации, като Енрон, Уорълдком и други компании, през 2002 година, САЩ създава законодателни реформи във финансовия сектор. Тези аномалии в бизнеса костват на инвеститорите милиарди долари. По този начин се губи и общественото доверие към държавата и бизнеса. Корупцията не е иновативен метод, „едва ли има друг проблем, който е толкова много обсъждан, политически коментиран и научно изследван”¹. Затова необходимостта от публичен надзор над регистрираните одитори се увеличава драстично. С нея се основава Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори в САЩ.

Името на първата законова регулация в тази сфера е Sarbanes Oxley Act, което е дадено от неговите съставители – Щатският сенатор Paul Sarbanes и Щатският сенатор Michael G. Oxley. Тази законова регулация „въведе един напълно изменен процес”².

През месец юли 2008 година с изменение в Закона за независимия финансов одит³ е създадена Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори (КПНРО) в Република България, която упражнява надзорна дейност над регистрираните одитори.

С възникването на публичния надзор, възникнаха и нови промени в одиторската дейност. Някои от основните предизвикателства пред надзорната дейност са свързани с: липсата на единна методология, по която следва да се извършват проверките, повишаване на контрола на качеството на одиторската практика и одитините комитети, необходимост от различни въпросници в зависимост от големината на практиката на регистрирания одитор или одиторското дружество; повторение на ангажиментите за проверка в извадката на инспекторите при прилагането на рисково-базирания подход, ако регистри-

¹ Динев М., Контрол и регулиране в социалното управление, УНСС, София, 2015 г., с.152

² Милър Р., Съвременен вътрешен одит, „Аспро” ЕООД, София, 2007, с.34

³ Закон за независимия финансов одит. Обн. ДВ, приет от XLIII Народно събрание на 15 ноември 2016 г. Издаден в София на 22 ноември 2016 г.

рания одитор няма нови одиторски ангажименти през годините; конфликт на интереси с контролорите от Института на дипломираните експерт – счетоводители и регистрираният одитор, който подлежи на инспекционна дейност.

Материали и методи

Първото предизвикателство пред, което се изправя публичният надзор над регистрираните одитори е изграждането на методология, по която да се извършва надзора върху одиторите. С въвеждането на Директива 2006/43/ЕО на Европейския парламент⁴ и Правилника за дейността на Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори⁵, публичният надзор претърпява редица промени към момента. За да бъде надзорът ефективен и ефикасен, е необходимо да бъде постоянно актуализиран, спрямо икономическите условия на държавата и бизнеса

За да функционират правилно държавата и бизнеса е задължително засилването на правомощията и компетенциите на Комисията, както и тези на одитните комитети. (за правилното действие на одитните комитети – *виж фигура № 1 по-долу*). С промените в Закона за независимия финансов одит в България върху Комисията бе превърлена и отговорността за надзорната дейност върху одитните комитети.

⁴ Директива 2006/43/ЕО на Европейския парламент и на Съвет на Европейския съюз от 17 май 2006 година

⁵ ПРАВИЛНИК за дейността на Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори, Обн. - ДВ, бр. 16 от 17.02.2017 г., Приет с Решение № 16 от 31.01.2017 г. на Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори, Издаден от председателя на Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори.



Фигура 1. Как допринасят одитните комитети за качеството на одита

Източник: IFIAR⁶

Прилагането на контрол на качеството над дейността на регистрираните одитори и одитните комитети е от фундаментално значение. Те „играят важна роля в надзора върху качеството на одита и в подобряването на качеството на одита в световен мащаб”⁷. Целта на надзорната дейност е практиката на одиторите да бъде подобрена и, ако има някакви пропуски, те да бъдат отстранени и откоригирани. Липсата на единна методология на одиторската практика утежнява инспекционната дейност, затова е необходимо инспекторите да бъдат гъвкави по време на проверките.

При прилагането на единна европейска методология, проверки-

⁶ [https://www.ifiar.org/IFIAR/media/Documents/IFIARMembersArea/PlenaryMeetings/September%202012%20\(London\)/Final_Audit-Committees-and-Audit-Quality-Paper_07042017-clean_1.pdf](https://www.ifiar.org/IFIAR/media/Documents/IFIARMembersArea/PlenaryMeetings/September%202012%20(London)/Final_Audit-Committees-and-Audit-Quality-Paper_07042017-clean_1.pdf)

⁷ [https://www.ifiar.org/IFIAR/media/Documents/IFIARMembersArea/PlenaryMeetings/September%202012%20\(London\)/Final_Audit-Committees-and-Audit-Quality-Paper_07042017-clean_1.pdf](https://www.ifiar.org/IFIAR/media/Documents/IFIARMembersArea/PlenaryMeetings/September%202012%20(London)/Final_Audit-Committees-and-Audit-Quality-Paper_07042017-clean_1.pdf)

те биха били извършвани много по-лесно. До този момент проверките от инспекторите се извършват с един и същи въпросник, независимо от каква големина е дружеството. Единствените по-различни въпросници в изградената методология са за: банки, застрахователни дружества и пенсионни фондове. Друг способ за подобряване на инспекционната дейност е изработването на различни въпросници според големината на предприятията от обществен интерес (малки и големи), които подлежат на проверка. Всяка една промяна поражда след себе си редица изменения.

С промените в Закона за независимия финансов одит, както и тези в Международните одиторски стандарти, одиторската професия е изправена пред редица промени: формата и съдържанието на одиторските доклади, формулирането на ключови одиторски въпроси, промените относно отразяването на принципа за действащо предприятие, структурата на одиторския доклад – започва се с изразяване на одиторското мнение, мястото за оповестяване на отговорността на ключовия одитор. Всички тези промени са фактор, който трябва да бъде отбелязан, както от одиторите, така и от инспекторите. Инспекционната дейност е ангажирана да бъде компетентна с особеностите на всеки един бизнес – застрахователни дружества, банки, пенсионни фондове, болници, както и други предприятия с дейност от обществен интерес. Необходимо е време и за двете страни, докато бъде актуализирана цялата методология, както и правилата и процедури на Комисията, чрез които се извършват проверките от инспекторите.

За да бъде осъществен този процес плавно между Института на дипломираните експерт-счетоводители и Комисията е необходимо осъзнаването на равнопоставеността между институциите. За да бъдат защитени публичните интереси, Комисията прилага рисковобазирани подход над избора на предприятия, които ще попаднат в извадката на инспекторите. От ключово значение са - дейността на предприятието, дали е от обществен интерес или не, размерът на приходите, активи, численост на персонала. Единственият недостатък относно този подход е, че има голяма вероятност в извадката да по-

падне едно и също дружество, ако няма промяна в практиката през годините на регистрирания одитор, подлежащ на проверка.

Настъпи и още една радикална промяна през месец април 2017 година, относно проверяващите екипи. До този момент по време на проверката в проверяващия екип участваха и контрольори от ИДЕС. С промените в ЗНФО и сключеното договорно писмомежду Комисията и ИДЕС, вече в проверките няма да бъдат включени задължително контрольори. Те ще бъдат участници в проверките, при необходимост, като външни експерти, при големи одиторски практики или при сложни одиторски казуси. Те ще могат да дават консултантски услуги на Комисията, както и лицата даващи този тип услуга, не трябва да бъдат практикуващи одитори. За да няма случаи на конфликт на интереси, инспекторите които провеждат проверките трябва да не са практикували, като регистрирани одитори през последните 3 години от постъпването им в Комисията.

Резултати и обсъждане

В обобщение от гореизложеното можем да синтезираме, следното:

- ✓ Необходима е единна европейска методология за извършването на планови проверка относно контрола на качеството на одиторските практики;
- ✓ Засилване на контрола на качеството над дипломираните експерт-счетоводители и одитните комитети;
- ✓ Създаване на различни видове въпросници в зависимост от големите на одиторската практика и големината на одитираните от него предприятия;
- ✓ Избягване на повторения на едни и същи одиторски ангажменти, от страна на инспекторите при избора на предприятия за проверка, чрез рисково-базирания подход;
- ✓ Следене за конфликт на интереси между одиторите, които подлежат на проверка от КПНРО и контрольорите от ИДЕС.

Заклучение

Динамиката в одиторската професия е безкомпромисна, „светът около нас е сложно, трудно предвидимо ситуационно поле и единствено вечни в него са промените”⁸. За тази цел, както от страна на одиторите, така и от страна на инспекторите, всички тези предизвикателства трябва да бъдат взети предвид. За благото на обществото е необходимо всички да бъдат социално отговорни - потребителите, инвеститорите и държавата. Освен „тази значимост и влияние върху обществото, корпоративната социална отговорност е във фокуса на общественения интерес, като произтичащата от това потребност от обществен контрол непрекъснато нараства”⁹. За реални резултати и в полза на намаляване на измамите във финансовия сектор е задължително да бъдат приложени ефективния и ефикасния контрол и надзор.

Използвана литература

1. Динев М., (2015), Контрол и регулиране в социалното управление, с.152
2. Милър Р.,(2007) Съвременен вътрешен одит, с. 34
3. Иванов В.,(2011) Управление на националната ориентация през XXI век, „Военно издателство”, с. 223
4. Пейчева М., Вейсел А., Динева В., (2016) Корпоративна социална отговорност – теория, отчетност и одит 179
5. Закон за независимия финансов одит. Обн. ДВ, приет от XLIII Народно събрание на 15 ноември 2016 г.,Издаден в София на 22 ноември 2016 г.
6. Директива 2006/43/ЕО на Европейския парламент и на Съвет на Европейския съюз от 17 май 2006 година
7. ПРАВИЛНИК за дейността на Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори, Обн. - ДВ, бр. 16 от 17.02.2017 г., Приет с Решение № 16 от 31.01.2017 г. на Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори, Издаден от председателя на Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори
8. [https://www.ifiar.org/IFIAR/media/Documents/IFIARMembersArea/PleinaryMeetings/September%202012%20\(London\)/Final_Audit-Committees-and-Audit-Quality-Paper_07042017-clean_1.pdf](https://www.ifiar.org/IFIAR/media/Documents/IFIARMembersArea/PleinaryMeetings/September%202012%20(London)/Final_Audit-Committees-and-Audit-Quality-Paper_07042017-clean_1.pdf)

⁸ Иванов В., Управление на националната ориентация през XXI век, „Военно издателство” ЕООД, 2011, с. 223

⁹ Пейчева М., Вейсел А., Динева В., Корпоративна социална отговорност – теория, отчетност и одит, София, 2016, ИК АТЛ-50, с. 179

**УСЛОВИЯ ЗА ПРИСВОЯВАНЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯ
В БЪЛГАРИЯ И ЗАЩИТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА
СЪГЛАСНО ИЗМЕНЕНИЯТА В ТЪРГОВСКИЯ ЗАКОН
от 2016 г.**

Йордан Симеонов

адвокат, вписан в Адвокатска колегия – Варна

simeonov.vak@gmail.com

Abstract. By increasing the number of registered commercial companies in the Republic of Bulgaria, the number of foreign natural persons and legal entities, that participate in the economy of the country also increased. Businesses with high capital stock and other assets become more and more attractive for organised crime. This article aims at showing some significant loopholes in current system of applicable laws in the Republic of Bulgaria and to give opportunity to potential future victims of this type of abuse to take adequate countermeasures, which can ensure the protection their enterprises' ownership at a maximum degree. The emphasis should be put on prevention and it should be given a major place at any enterprise, since all other measures could lead to a significant loss of time and financial resources.

Keywords: *commercial companies, organised crime, protection.*

Въведение

„До 2009 г. в България имотните измами заемаха значителен дял в нивото на престъпността. Те ставаха възможни с неистински или преправен документ за самоличност или неистинско или преправено пълномощно. С цел предотвратяването на подобни престъпни практики по законодателен път бе даден достъп на нотариусите до Националната база данни „Население“ и до „Националния автоматизиран фонд за издаваните български документи за самоличност“. С допълнение на Закона за нотариусите и нотариалната дей-

ност обн. ДВ, бр. 42 от 2009 г. беше приет чл. 28б, с който се създаде информационна система към Нотариалната камара. В нея ежедневно всеки нотариус е задължен да въвежда всички пълномощни за разпоредителни сделки с недвижими имоти, завещания, а към момента - банкови пълномощни и документи, касаещи обстоятелства, подлежащи на вписване в Търговския регистър или в Регистъра за особите залози. Приетите промени доведоха до значително ограничаване на този тип измами. Много от лицата, извършващи такава престъпна дейност се пренасочиха към друг вид измами, а именно към т.н. „кражби на фирми“. Едва през 2016 г. законодателят прие някои промени в действащата нормативна уредба с цел пресичане на зачестилите неправомерни деяния от този тип.

Материали и методи

Използвана е законодателната уредба на разглеждания проблем, в контекста на съдебната практика и правната доктрина. Приложени са диалектическият и сравнително-правният метод на изследване.

Резултати и обсъждане

Макар в законодателството към момента да няма легална дефиниция за т.нар. „кражба на фирма“ или „кражба на предприятие“, може да се приеме, че това е налице когато едно лице инициира регистърно производство посредством използването на неистински или преправен документ пред длъжностното лице по регистрацията и то впише промени по партидата дружеството в Търговския регистър към Агенция по вписванията, които водят до промяна по партидата на дружеството на действителните собственици, респективно съдружници в дружеството или до промяна на управителя на дружеството. Този управител след това може да извършва разпоредителни сделки с имущество на дружеството. Тук следва да отбележим, че с вписването на промяната по партидата на дружеството се създава възможността за извършване на последващи разпоредителни сделки, но не е необходимо те да са реализирани за да е довършено посегателството. Достатъчно е да е създадена опасност за бъдещи

неправомерни действия относно имуществото на дружеството.

От 2008 г. е възможен електронен достъп до системата на Търговския регистър. От това обстоятелство следва извода, че е възможно иницирането на промени по партида на дружество да стане по два начина – чрез подаване на съответното заявление, ведно с приложенията към него на хартиен носител и чрез подаване на заявление по електронен път. Доколкото в първата хипотеза, несъвършените неистински или преправени документи биха се видели и от неспециалист в тази област, то по-лесния начин пред лицата целящи, извършването на престъпление, се явява иницирането на промени по електронен път, където се работи със сканирани документи. За да стартира промени по електронен път, заявителят трябва да има валиден електронен подпис. Веднъж подадено, съответното заявление се разпределя от системата на случаен принцип към длъжностно лице по регистрацията, като няма обвързаност между мястото на подаване на заявлението и мястото където ще се разглежда. До 2016 г. длъжностните лица нямаха абсолютно никакво задължение да изследват автентичността на приложените към заявлението документи. Те изследваха единствено дали към съответното заявление са приложени изискваните от закона документи. По този начин реализацията на измами беше максимално опростена. Някои от най-често срещаните злоупотреби, свързани с депозиране на неистински или преправени документи са по отношение на: договори за прехвърляне на дружествен дял, сключвани на основание чл. 129 от Търговския закон (ТЗ); съгласия и образци от подписите на законни представители на търговски дружества; протоколи от заседания на общите събрания на търговски дружества; пълномощни за представителство при сключване на договори. Същността на проблема се състои в това, че с електронен подпис всяко едно лице, притежаващо такъв може от всяка точка на света да иницира исканите промени. Може да се касае дори за лице, намиращо се в държава или гражданин на държава, с която Република България няма договор за екстрадиция. Това от своя страна не само препятства, но и напълно изключва възможността от това лице да бъде потърсена съответната наказателна

отговорност за извършеното от него престъпление. От друга страна, след разкриването на съответните престъпни действия, за защита на засегнатите лица е предвидена възможност същите да образуват съдебни производства по реда на чл. 29 от Закона за търговския регистър (ЗТР), по реда на чл. 74 от Търговския закон или по реда на чл. 124 от Гражданския процесуален кодекс. Порочното в тези случаи, дори при спечелване на водения процес, който може да трае години, се изразява в това, че последиците от него действат винаги занаяпред. През това време вече са реализирани вредоносните резултати, които са били целени и те почти винаги са невъзвратими - например ипотекане на имот на дружеството или теглене на пари от банковите сметки.

Общественият натиск доведе до обсъждане и приемане на редица законодателни промени в посока пресичане на посегателствата.

Така, с бр. 105 от 2016 г. на Държавен вестник беше приет Закон за изменение и допълнение на Търговския закон, като най-значимите текстове касаещи защитата на дружествата срещу посегателства са следните:

1. В чл. 137 от ТЗ беше създадена нова ал. 4, според която норма се съставя протокол с нотариално удостоверяване на подписите и съдържанието, извършени едновременно за решения касаещи: а) приемане и изключване на съдружници; б) даване съгласие за прехвърляне на дружествен дял на нов член в) намаляване и увеличаване на капитала; г) избиране на управител; д) придобиване и отчуждаване на недвижими имоти и вещни права върху тях. От посоченото правило е направено и едно изключение - в дружествения договор да е предвидена писмена форма, като избора тук е предоставен на самото дружество.

2. В чл. 21 от ЗТР беше добавена т.8, която вмениява задължение на длъжностното лице по регистрацията да проверява дали документите за които е необходима нотариална заверка са въведени в базата данни на Информационната система по чл. 28б от Закона за нотариусите и нотариалната дейност, и дали представените документи съответстват на въведените данни за тях в Информационната система

– например дали представеното нотариално заверено пълномощно е истинско.

3. В чл. 28 от ЗТР беше създадена нова разпоредба, която за първи път въведе отговорност на Агенцията по вписвания, като същата отговаря за вредите, причинени на физически и юридически лица от незаконосъобразни актове, действия или бездействия на длъжностни лица по регистрацията. Това безспорно ще доведе до извършване на задължителната проверка на документите от страна на длъжностни лица по регистрацията, доколкото ако пропуснат да направят вменената им проверка на документи по чл. 21, т.8 от ЗТР, то лицата претърпели вреди ще могат да претендират обезщетения за същите.

4. В чл. 90 от Закона за нотариусите и нотариалната дейност беше създадена нова ал. 2, която регламентира събирането на обикновена нотариална такса за едновременно нотариално удостоверяване на подписите и съдържанието на документ, съставен по силата на Търговския закон. Определено сме изправени пред хипотеза, в която бизнеса няма да бъде натоварен излишно с огромни нотариални такси.

Макар на пръв поглед промените да изглеждат добре обмислени, то внимателният прочит на разпоредбите води до възникване на някои спорни моменти. На първо място, с обнародваните изменения се въвежда по-строга форма за валидност – едновременно удостоверяване на подписи и съдържание, но това касае изброените хипотези, освен ако в дружествения договор е предвидена писмена форма. На практика какво се получава – вземането на решение за изменение на дружествения договор не попада в хипотезите на задължителна нотариална заверка, от което следва, че с едно решение на ОС, респ. на едноличния собственик на капитала, без същото да е нотариално заверено, може да се избегне цялата защита предвидена от законодателя. Иначе казано, престъпният субект може да избегне защитата, въведена от законодателя, със съставянето на още един неистински или преправен документ, което за него ще бъде без значение. В тази хипотеза, би било разумно да попадне под обхвата на задължителна

та нотариална заверка и решението за изменение на дружествения договор. На следващо място, следва да се отбележат някои трудности, които биха възникнали с изискването за едновременна заверка на подписите и съдържанието. В България това няма да е проблем, но остават въпросите как чуждестранните нотариуси ще заверяват съдържанието на документите, като този въпрос би бил предмет на друго изследване. Считам още, че следва да се обсъди възможността за предоставяне възможност на Прокуратурата също да спира започналото регистърно производство, доколкото сме изправени пред хипотеза, в която спора не е чисто търговски или граждански, а е налице престъпна дейност. По отношение на останалите промени считам, че те са добре обмислени, необходими и същите по никакъв начин не пречат на развитието на бизнеса и търговския оборот.

Заклучение

С обнародването в бр. 105 от 2016 г. на Държавен вестник, на промените в Закон за изменение и допълнение на Търговския закон се постави началото на борбата срещу т.нар. „краби на фирми“. Поради несъвършенството на някои от нормите все още стои открита възможността за присвояване на предприятията. Производствата по търговски спорове могат да отнемат години, а наказанията за тези посегателства все още не отговарят на обществената необходимост, макар и такива да се предвиждат в отлежавания от 06.07.2016 г. Проект на Закон за изменение и допълнение на Наказателния кодекс, качен на интернет страницата на Министерството на правосъдието. Превенцията остава за момента най-добрата, най-бързата и най-ефективната защита срещу посегателства. От февруари 2013 г. Министерството на правосъдието въведе информационната услуга за SMS известяване при постъпване на заявление по фирмените партии в Търговския регистър. Оптималният вариант в този случай би бил управителят да се абонира за тази услуга, но също така и да възложи посредством договор за правна защита и съдействие на трето лице – адвокат да следи посредством SMS известяване всички дружествени заявления в Агенцията по вписвания. Адвокатът за тези

свои задължения носи дисциплинарна и имуществена отговорност.

Използвана литература

1. ТЪРГОВСКИ ЗАКОН (изм. и доп. ДВ. бр.105 от 30 Декември 2016г.)
2. ЗАКОН ЗА ТЪРГОВСКИЯ РЕГИСТЪР (изм. и доп. ДВ. бр.105 от 30 Декември 2016г.)
3. ЗАКОН ЗА НОТАРИУСИТЕ И НОТАРИАЛНАТА ДЕЙНОСТ (изм. и доп. ДВ. бр.105 от 30 Декември 2016г.)
4. РЕШЕНИЕ № 471 от 14 юни 2016 година на МИНИСТЕРСКИЯТ СЪВЕТ за одобряване на проекта на Закон за изменение и допълнение на Търговския закон.
5. Проект на Закон за изменение и допълнение на Наказателния кодекс (06.07.2016 г.), онлайн наличен на адрес:
<http://www.justice.government.bg> [посетен 14/04/2017].

DEVELOPMENT ASSISTANCE IN THE WTO

Malgorzata Zajaczkowski
Warsaw School of Economics, Poland
mgraci@sgh.waw.pl

Abstract. The World Trade Organization (WTO) is not a typical international institution that provides development assistance to developing countries. Its role in this area is specific and comes down primarily to the creation and implementation of international trade rules in the multilateral decision-making process. The main goal of the organization is to increase international trade by promoting lower trade barrier and arranging a platform for trade negotiation and dispute settlement. Providing the less developed countries with benefits of trade requires first of all an integration into the world economy by setting and adjusting the WTO rules. In this respect the WTO’s role is to provide an assistance to enhance their ability first - to mitigate the costs of increased trade liberalization, second – to take advantage of WTO agreements and preferential treatment and third - to participate effectively in the WTO trade negotiation. Against this background the WTO faces challenge of how to find the best possible solution which would effectively support trade policies of developing countries. Therefore the aim of the paper is to analyze the role of the WTO in the area of development assistance. The study will consist of two parts. The first one addresses the problem of official development assistance (ODA) which the WTO is committed to provide, mainly through the program of “Aid for Trade”. Second part of the study is devoted to selected WTO agreements, mechanism and tools which enable developing countries to implement WTO rules on the preferential basis. The focus was put on critical analysis of a role and significance of the WTO activities in the North – South trading relations. There were identified two platforms for analysis, first the concept of the ODA within which the WTO has to fulfill its ambiguous role and second

- a set of special rules and obligations contained in the WTO agreements, provisions and annexes.

***Keywords:** World Trade Organization (WTO), Official Development Assistance (ODA), development cooperation, trade liberalization, Doha Development Round.*

Introduction

The problem of development assistance is essential to the functioning of the WTO and its members as over three-quarters of the organization's members are developing and the least developed countries (LDCs). The main goal of the WTO is to increase international trade by promoting lower trade barriers and providing a platform for trade negotiation and dispute settlement. Its key objective is to supervise and liberalize international trade with benefits for all members with special attention to LDCs. Although the WTO is not a typical institution (such as aid agency) that provides development assistance this objective is being met by two kind of activities. First the participation of the WTO in the ODA system¹ which is to date the only systemic measure of assessing the efforts that the traditional donors from the OECD countries make to support development. Second, the role of the WTO in the area of development is strictly related to its main function which is the creation and implementation of rules and provisions related to trade. Thus the WTO is obliged to help developing countries benefit from trade more fully through integrating them into international trade by sets of principles, rules and mechanisms.

Material and methods

The primary research methods used in the paper are evaluation and systemic analysis of scientific literature related to WTO in the area of development. The focus was put on critical analysis of a role and significance of the WTO activities in the North – South trading relations. There were identified two platforms for analysis, first the concept of the ODA within which the WTO has to fulfill its precise and ambiguous

function and second - a set of special rules and obligations concerning developing countries and contained in the WTO agreements, provisions and annexes. The paper is based on scientific literature studies, statistical data analysis and a scenario method.

Results and discussion

The WTO has a particular role to fulfill in the area of development assistance though it is not a special development agency nor it aspires to become one. Against this background its 1 The WTO is formally situated at the international multilateral donor organization list of the OECD DAC. 3 basic task is to help developing countries with special focus on the LDCs to build their traderelated capacity. Its major objective is to provide the LDCs with facilities in the field of reduction of trade barriers and market access of their goods and services. This task is implemented in two ways. First it is an engagement of the WTO in the ODA under the OECD supervision and second these are the whole complex of activities taken by the WTO and its members in order to help developing countries to implement rules and provisions of the organization. The latter is related to rules enclosed in the WTO agreements under the special and different treatment (S&D) but also the ongoing negotiations of Doha development round.

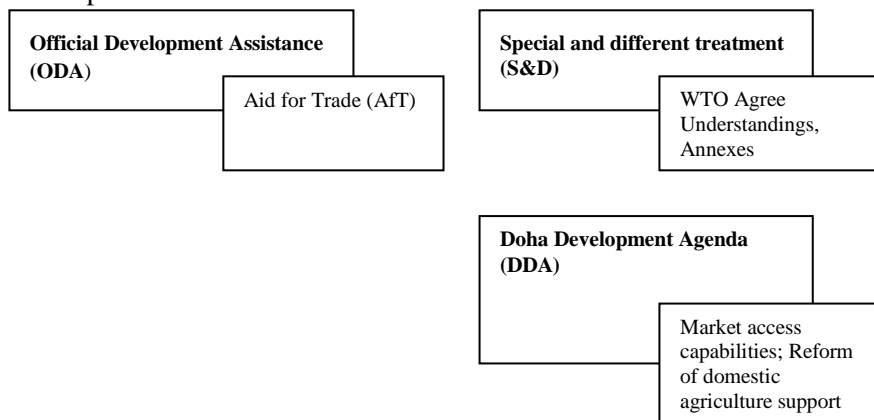


Figure 1. WTO activities in the area of development assistance

The biggest problem for the LDCs is that they can not fill its obligations under the WTO agreements, event these ones which were negotiated and successfully accomplished during the GATT Uruguay Round (1986-1994). Implementation of the results of trading negotiations is strictly combined with high adjustment costs and other expenditures for which the LDCs cannot afford. Therefore the priority task for the WTO and its members is to take up more vigorously these activities which would equipped developing countries with proper tools and instruments to become a full-fledged WTO members. Therefore the process of assisting the LDCs entails two overlapping actions. First it is the WTO special provisions (S&D) which impose obligations for other WTO members to grant concession for developing countries such as more freely market access for tropical agriculture products. Second one is related to development programs which aim is to improving trade-related capacity in the LDCs. Therefore the WTO launched in 2006 an initiative entitled ‘Aid for trade’ (AfT) which was designed to provide the LDCs with institutional and infrastructural facilities to engage more broadly into international trade. In practice it might include support for building new transport, energy or telecommunications infrastructure, investments in agriculture, fisheries and services, as well as assistance in managing any balance of payments shortfalls.

The ‘Aid for trade’ is a part of the overall ODA system consisting of grant and preferential loans targeted at trade-related programs and projects. Since the initiative of AfT involves numerous state - and organization- donors it leads to overlapping projects and overestimated grants which proofs the ODA activities to be in many cases ineffective and overestimated. This is the worldwide dilemma of aid effectiveness which is a focal point for further need of modification and changes in the ODA system.

In the context of WTO any improvements in trade-related capacities for the LDCs are possible not only through preferential treatment (i.e. S&D provisions and AfD programs) but primarily though reforms of agriculture-support policies in the WTO highly developed members. However the realizing of potential gains from agriculture

reform is not easy to attain. As it is in the agriculture that the greatest cuts in bound tariffs and subsidies are required, the political sensitivity of farm support program in the Northern countries hinder reaching the agreement. On the other hand preferential treatment is not beneficial for developing countries in the long-run perspective. As a result they were excluded from decision-making procedures in those areas which were essential for their trade interests, such as agriculture and textile during the Uruguay round.

Conclusions

The problem of development assistance has become over the decades an entangled and multi-faceted discussion. In the context of WTO the concern is strictly combined first - with the organization's activity under the ODA formula and second – the employment of WTO special and different provisions designed to help developing countries to boost their trade relations. Against this background the WTO is facing several challenges of which the most important relate to a) effectiveness of ODA programs, b) maintaining the coherence between the ODA flows, Aid for trade and results from the Doha Development Agenda, c) sustaining of a broad and comprehensive approach towards the development assistance based on developing country ownership and development priorities set by the recipient countries

The ODA system is changing and the new and much broader approach is forging under the concept of development cooperation. It is a question of shifting from the concept of development assistance to development cooperation which means greater participation of developing countries in the process of building development strategies and better responsibility for their implementation both by donors and recipient countries. Accordingly the problem concerns the place and significance of the WTO in the wider concept of development cooperation which implies not only the problem of transfer of money and resources from donors to recipients but also the whole range of activities and decisions taken together by all interested parties. It means

that the developing countries should participate actively in all actions that are related to their development. Therefore the role of donor countries or multilateral organization should come down to support the LDCs efforts by helping to adjust to WTO international rules and procedures.

References

Anderson K., Martin W., (2008), *Why developing countries need agriculture policy reform to succeed under Doha*, in: *Developing countries and the WTO*, ed. G. P. Sampson, W. Bradnee Chambers, United Nations University Press,

Hoekman B., Kostecki M. (2011), *The Political Economy of the World Trading System. The WTO and Beyond*, New York: Oxford University Press.

Kharas N. (2007), *The New Reality of Aid*, Wolfensohn Center for Development at Brookings, p. 10, Lamy P. (2005), *Aid-for-Trade: helping developing countries benefit from new trading opportunities*, DACNews, (<http://www.oecd.org/dac/aid-for-tradehelpingdevelopingcountriesbenefitfromnewtradingopportunitiesdacnewsnov-dec2005.htm>)

Mshomba R. E. (2009), *Africa and the World Trade Organization*. New York: Cambridge University Press, pp. 247-264,

Qureshi A. H. (2009), 'International Trade for Development: The WTO as a Development Institution?' 43 *Journal of World Trade*, Issue 1, pp. 173–188;

Qureshi A. H. (2013), *Reflections on the Global Trading Order Twenty Years after Marrakesh: A Development Perspective*, in: Herrmann Ch., Krajewski M., Terhechte J. P.ed. (2013) *European Yearbook of International Economic Law 2014*, Springer, pp. 94-87.

Roodman D. (2014), *Straightening the Measuring Stick: A 14-Point Plan for Reforming the Definition of Official Development Assistance (ODA)*, “CGD Policy Paper” No 44, Washington, DC: Center for Global Development, p. 4

Sampson G. P., Chambers W. B., ed., (2008) *Developing countries and the WTO*, United Nations University Press,

Severino J.M., Ray O. (2009), *The End of ODA: Death and Rebirth of a Global Public Policy*, “Working Paper” Center for Global Development, No.167, p. 6.

Тематично направление
„ЕВРОПЕЙСКА ИНТЕГРАЦИЯ”

КООРДИНАЦИЯ НА КОРПОРАТИВНИЯ ПОДОХОДЕН ДАНЪК В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ – СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ

Нели Попова

Университет за национално и световно стопанство – София

popova@unwe.bg

Abstract. The present paper has as its object the recent initiatives on the coordination of corporate income tax in the European Union. In general, direct taxes fall within the jurisdiction of Member States, due to their importance as tools for macroeconomic stabilization and income redistribution. However, corporate income taxation affects the investment decisions of multinational corporations and thus, has relevance to the functioning of the internal market. Large companies exploit the differences in tax systems to reduce their tax obligations and improve competitiveness. This so called “aggressive tax planning” results in market distortions and loss of fiscal revenues for governments and the latter must be compensated with high consumption taxes. In the context of the global financial crisis the problems related to the non-taxation (or “under-taxation”) of corporate profits have been drawing increasing attention. The Organization of Economic Cooperation and Development has created the term “base erosion and profit shifting”. The European Commission supports the efforts of the OECD to limit aggressive tax planning and has taken additional steps in this field. The most important actions are the proposal for the Anti-tax avoidance directive (adopted in June 2016) as well as the revival of the project for Common Consolidated Corporate Tax Base. However, many Member States oppose the possibility of further corporate tax coordination, since they consider it to be the first step towards across-the-board harmonization. On the other hand, the completion of the internal market is not possible without certain degree of approximation of national tax regimes. The present paper outlines the recent steps on CIT coordination in the European Union.

Keywords: *European Union, corporate income tax, tax coordination*

Въведение

Настоящият доклад има за обект координацията на корпоративното подоходно облагане в Европейския съюз. През последните години се засилва интересът към проблемите, свързани с т.нар. агресивно данъчно планиране на МНК, изразяващо се в използване на различията в данъчните системи на държавите с цел (легално) намаляване на данъчните задължения. Тези практики водят до загуба на фискални приходи за страните-членки и деформират конкуренцията в рамките на вътрешния пазар.¹ В доклада са разгледани приетите досега законодателни мерки на ниво ЕС, като е акцентирано върху приетата през 2016 г. Директива за установяване на правила срещу практиките за избягване на данъци, както и върху проекта за обща консолидирана основа за облагане с корпоративен данък.

1. Координацията на корпоративното подоходно облагане в ЕС – текущо състояние

Идеите за частично сближаване на системите на корпоративно облагане на страните-членки на някогашната Европейска икономическа общност датират още от 70-те години на миналия век във връзка с изграждането на общия пазар. Поради съпротивата на част от страните-членки срещу ограничаване на данъчния им суверенитет, първите законодателни актове, регулиращи някои аспекти от дейността на мултинционалните корпорации са приети едва в началото на 90-те години на миналия век (Вж. Таблица 1).

¹ Организацията за икономическо сътрудничество и развитие използва термина „ерозия на данъчната основа и прехвърляне на печалбите“ (base erosion and profit shifting).

Таблица 1.

Нормативни актове на ЕС в областта
 на корпоративното подоходно облагане

Наименование	Основни акценти
Директива 90/434 на Съвета от 23 юли 1990 г. относно общата система за данъчно облагане, приложима спрямо сливанията, разделянията, прехвърлянията на активи и замените на акции по отношение на дружества от различни държави-членки	Прилага се при прехвърляне на активи и пасиви от една компания към друга, вкл. във връзка със сливане, придобиване или разделяне. Предвижда да не се облага разликата между реалната стойност на прехвърляните активи и пасиви и тяхната стойност за данъчни цели.
Директива 2011/96/ЕС на Съвета от 30 ноември 2011 г. относно общата система за данъчно облагане на дружества майки и дъщерни дружества от различни държави-членки	Цели елиминирани на данъчните бариери при разпределението на печалбите между групи от дружества в ЕС чрез отстраняване на данъка при източника върху изплатените дивиденди от дъщерните компании към компанията-майка, в случай че се намират в различни страни-членки.
Арбитражна конвенция 90/436/ЕИО за премахване на двойното данъчно облагане във връзка с корекцията на печалби на свързани предприятия	Установява процедури за разрешаване на спорове при двойно облагане на печалбите на групи компании от различни страни-членки.
Кодекс за поведение при облагане на бизнеса от 1998 г.	Цели предотвратяване на вредната данъчна конкуренция в ЕС.
Директива 2003/49/ЕО на Съвета от 3 юни 2003 година относно общата система на данъчно облагане на плащания на лихви и роялти между свързани дружества от различни държави-членки	Освобождава от данъчно облагане плащанията на лихви, както и на авторски и лицензионни възнаграждения (роялти) в страните-членки, при условие че получателят на съответните плащания е дружество от друга страна-членка.

Източник: <http://eur-lex.europa.eu/>

2. Проблеми и възможни решения при облагането на печалбите на МНК

През последните години Европейската комисия активизира усилията си за координиране на системите на корпоративния подоходен данък поради нарастващата обществена чувствителност към облагането на мултинационалните корпорации. Бързото развитие на технологиите и все по-голямата капиталова мобилност задълбочават проблема за агресивното данъчно планиране. Въпреки трудностите за измерване на точните ефекти от прилагането на агресивно данъчно планиране е очевидно, че МНК се ползват от значителни предимства. Според изследвания на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие ефективните данъчни ставки на дъщерните дружества са средно с 2,5-5 процентни пункта по-ниски в сравнение с предприятия, които не са част от МНК.²

С цел ограничаване на възможностите на МНК за легално избягване на данъци, през юли 2016 г. Съветът на ЕС приема Директива³ с мерки срещу най-масовите форми на агресивно данъчно планиране и по-конкретно:

- Ограничаване на правото на приспадане на лихви по получени заеми за данъчния период до 30% от brutната печалба.

- Облагане на превишението на стойността на активи над стойността им за данъчни цели при прехвърлянето на тези активи от компанията-майка към дъщерно дружество в друга страна-членка или в трета страна (или обратното).

- Въвеждане на изискване за включване в данъчната основа на доходите, изплатени на контролирани дружества от авторски и лицензионни възнаграждения, дивиденди и доходи от разпореждане с акции, доходи от финансов лизинг и др.

- Прилагане на т.нар. «общо правило за борба със злоупотреби-

² Proposal For A Council Directive amending Directive (EU) 2016/1164 as regards hybrid mismatches with third countries, p. 5

³ Директива (ЕС) 2016/1164 на Съвета 12 юли 2016 г. за установяване на правила срещу практиките за избягване на данъци, които пряко засягат функционирането на вътрешния пазар

те», което дава право на държавите-членки да предприемат мерки (извън горепосочените) срещу агресивно данъчно планиране.⁴

През есента на 2016 г. ЕК също така връща на дневен ред проекта за Обща консолидирана данъчна основа на корпоративния данък (ОКООКД), който в синтезиран вид има две основни характеристики: първо, установяване на общи правила във всички страни-членки за изчисляване на данъчните печалби на компаниите и второ, определяне за основа за облагане на съвкупната печалба, реализирана от дадена компания във всички страни-членки, в които тя осъществява дейност. Така определената обща консолидирана данъчна основа се разпределя по специална формула между съответните страни-членки на база на три критерия (наети служители, активи и продажби). Всяка страна-членка облага съответстващата ѝ част от данъчната основа с действащата в нея данъчна норма, т.е. не се предвижда уеднаквяване на ставките.

Една от основните цели на проекта за ОКООКД е да ограничи възможностите за избягване на данъци, като гарантира, че фискалните приходи от МНК постъпват там, където те създават стойност. На този етап обаче той среща сериозна съпротива от редица страни-членки. С цел намаляване на тази съпротива ЕК внесе редица промени в новата версия в сравнение с по-старите варианти.⁵ Понастоящем проектът за ОКООКД се обсъжда от Европейския парламент и предстои внасянето му в Съвета на министрите.

⁴ Страните-членки следва да транспонират директивата в националните си законодателства до края на 2018 г., така че тя да влезе в сила от 1 януари 2019 г.

⁵ European Commission. Corporate Tax Reform Fact file. Прочетено на 19.01.2017 г. на https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/ctr_factsheet2016.pdf

Заклучение

Координацията на корпоративното подоходно облагане в ЕС протича бавно и изостава от развитието на трансграничната дейност на мултинационалните компании. Приетата през 2016 г. Директива за мерките срещу практиките за избягване на данъци е важна стъпка в посока към ограничаване на възможностите за агресивни данъчни практики на МНК, но тепърва предстои да стане ясно доколко успешно ще се прилага. Предложената от ЕК обща консолидирана данъчна основа за облагане с корпоративен данък е най-мощният досега проект за координация на преките данъци. На този етап обаче приемането на ОКООКД изглежда сложна задача предвид стремежа на страните-членки да запазят данъчния си суверенитет, а освен това са необходими допълнителни проучвания на потенциалните положителни и отрицателни ефекти от въвеждането ѝ както за самите компании, така и за държавите-членки.

Използвана литература

1. ДИРЕКТИВА (ЕС) 2016/1164 НА СЪВЕТА от 12 юли 2016 г. за установяване на правила срещу практиките за избягване на данъци, които пряко засягат функционирането на вътрешния пазар
2. EUROPEAN COMMISSION. Corporate Tax Reform Fact file. Прочетено на 19.01.2017 г. на https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/ctr_factsheet2016.pdf
3. PROPOSAL FOR A COUNCIL DIRECTIVE amending Directive (EU) 2016/1164 as regards hybrid mismatches with third countries
4. <http://eur-lex.europa.eu/>

**РАЗВИТИЕ НА БАНКИТЕ ОТ ЕВРОЗОНАТА В НОВИТЕ
СТРАНИ ЧЛЕНКИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ - СЛОВЕНИЯ,
КИПЪР, МАЛТА, СЛОВАКИЯ, ЕСТОНИЯ, ЛАТВИЯ И ЛИТВА
ПРЕЗ ПЕРИОДА 2007 – IX.2016 г.**

Аглика Кънева

Университет за национално и световно стопанство – София

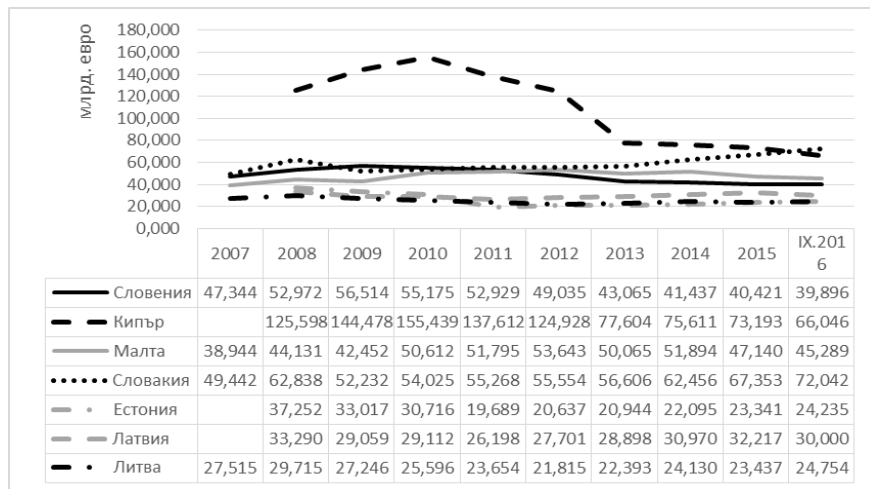
aglika.kaneva@abv.bg

Abstract. This paper is devoted to the development of banks in several member states of the European Union and the euro area - Slovenia, Cyprus, Malta, Slovakia, Estonia, Latvia and Lithuania in the period 2007 - IX.2016. Key indicators have been examined for the banking systems of these countries in the period 2007 – IX.2016. A comparative analysis has been made of the dynamics of the financial indicators of the banks in the countries covered by the analysis in the period 2007 - IX.2016. An outline is given of the major development trends of the banks in Slovenia, Cyprus, Malta, Slovakia, Estonia, Latvia and Lithuania.

Keywords: *banks, banking system, banks' financial indicators, European Union, euro area.*

Изследването на развитието на банковите системи в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва е концентрирано върху някои ключови показатели за дейността на кредитните институции. Периодът на изследването е от януари 2007 г. до септември 2016 г. включително. Този период обхваща годините на световната финансова и икономическа криза и дълговата криза в еврозоната. В изследването са използвани официални статистически данни на ЕЦБ. За някои от показателите не са налични данни за отделни години от анализирания период в някои от страните. За 2007 г. липсват данни за банкови депозити и специфични провизии, а частични дан-

ни са налични за собствен капитал (СК), печалба след данъчно облагане, възвръщаемост на собствения капитал (ROE), възвръщаемост на активите (ROA), кредити и аванси, съотношение на СК към общо активи на банките.

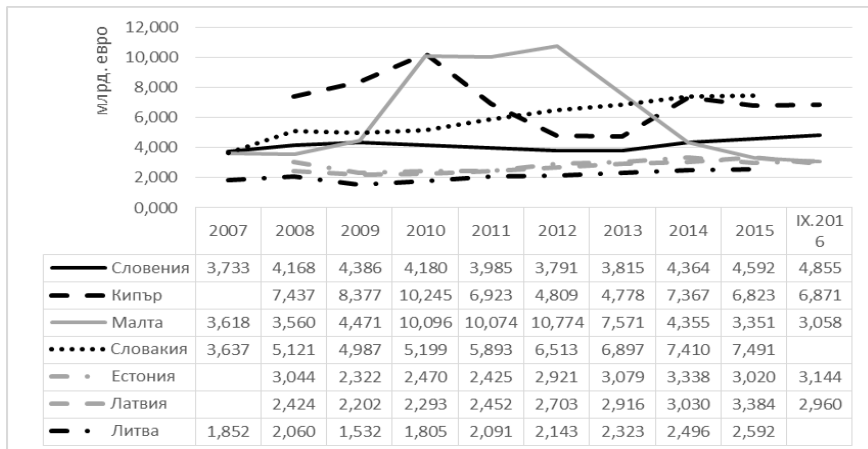


Фигура 1. Активи на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2007 – IX.2016 г. (млрд. евро)

Източник: ЕЦБ

Активите на банките в Словения, Естония, Латвия и Литва запазват стойностите си на близки нива през разглеждания период, като стойностите на активите на банковите системи в тези страни леко намаляват към края на периода в сравнение с началото му. Те леко нарастват през 2008 г. във всички страни, включени в анализа. Намалението на банковите активи в Кипър е съществено – от 125,598 млрд. евро през 2008 г. до 66,046 млрд. евро през септември 2016 г. или почти двойно. Изключение от наблюдаваната тенденция е значителното нарастване на банковите активи, което се наблюдава в Словакия, от 49,442 млрд. евро за 2007 г. до 72,042 млрд. евро през септември 2016 г. Повишение на активите към края на периода в

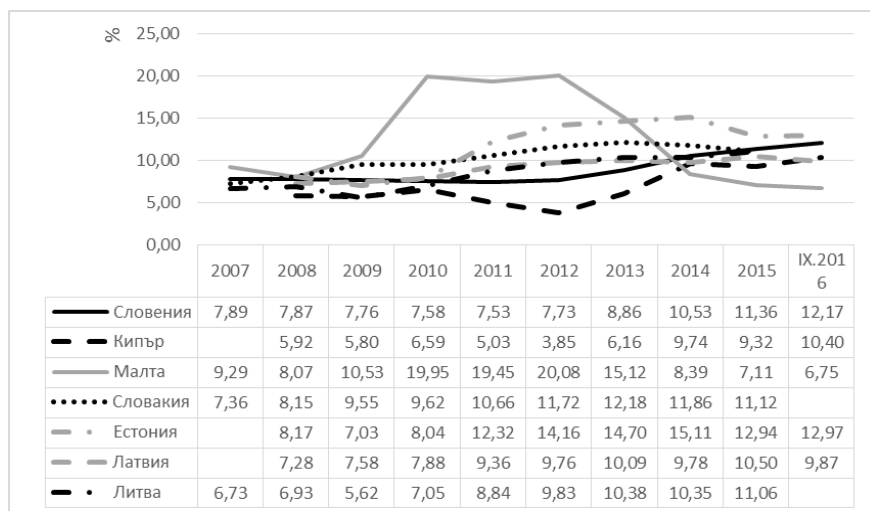
сравнение с неговото начало се наблюдава и при банките в Малта, като през 2007 г. те възлизат на 38,944 млрд. евро, а до септември 2016 г. достигат 45,289 млрд. евро.



Фигура 2. Собствен капитал на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2007 – IX.2016 г. (млрд. евро)

Източник: ЕЦБ

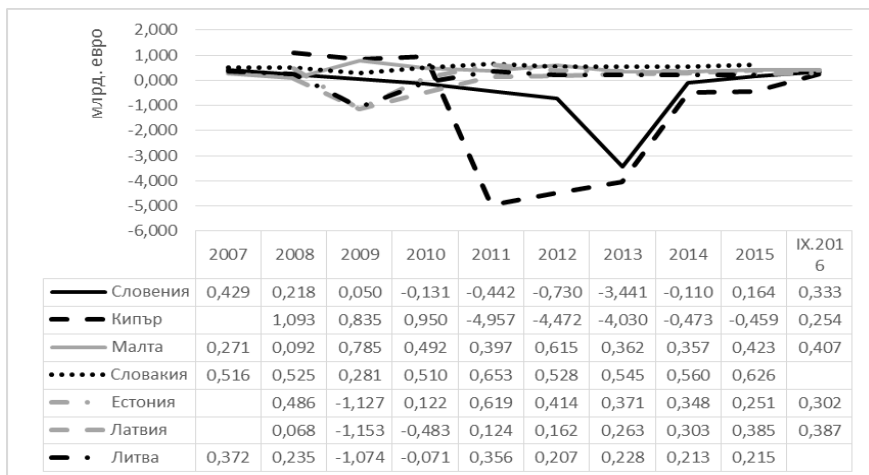
Увеличение на стойностите на СК на банките се наблюдава в повечето страни, включени в анализа, като изключение правят Кипър и Малта, където както може да се види от фигура 2, се наблюдават съществени флукуации на стойностите на този показател. Следва да се отбележи, че през 2010 г. се отчита значително повишение на СК на банките в Кипър и Малта, след което до края на разглеждания период показателят е на стойности, които са относително близки до тези в началото на периода. Най-значително е нарастването на СК на банковата система на Словакия съответно от 3,637 млрд. евро през 2007 г. до 7,491 млрд. евро през 2015 г. или повече от двойно.



Фигура 3. Собствен капитал към общо активи на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2007 – IX.2016 г. (%)

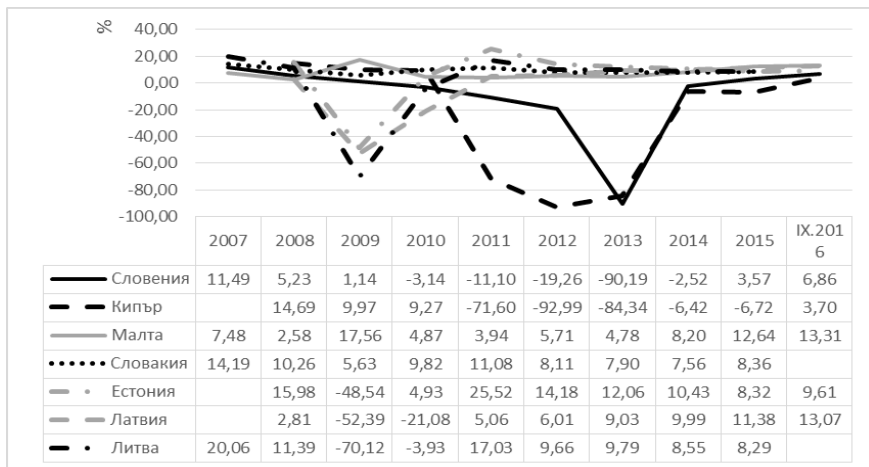
Източник: ЕЦБ

Съотношението СК към активи на банките в разглежданите страни с изключение на Малта нараства през анализирания период. Нарастването му към края на разглеждания период в сравнение с началото му е значително в банковите системи на повечето страни. И при този показател се наблюдават значителни флукуации в стойностите на показателя в Кипър и Малта.



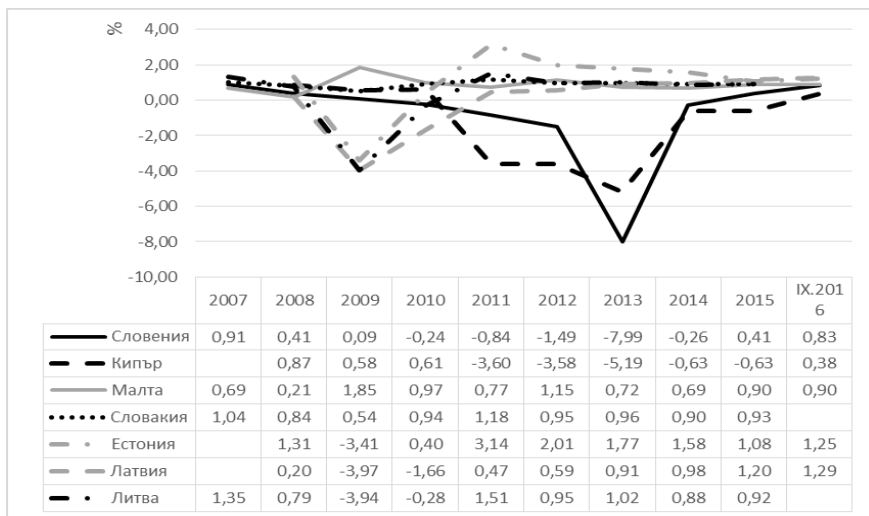
Фигура 4. Печалба след данъчно облагане на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2007 – IX.2016 г. (млрд. евро)

Източник: ЕЦБ, собствени изчисления



Фигура 5. Възвръщаемост на собствения капитал на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2007 – IX.2016 г. (%)

Източник: ЕЦБ, собствени изчисления

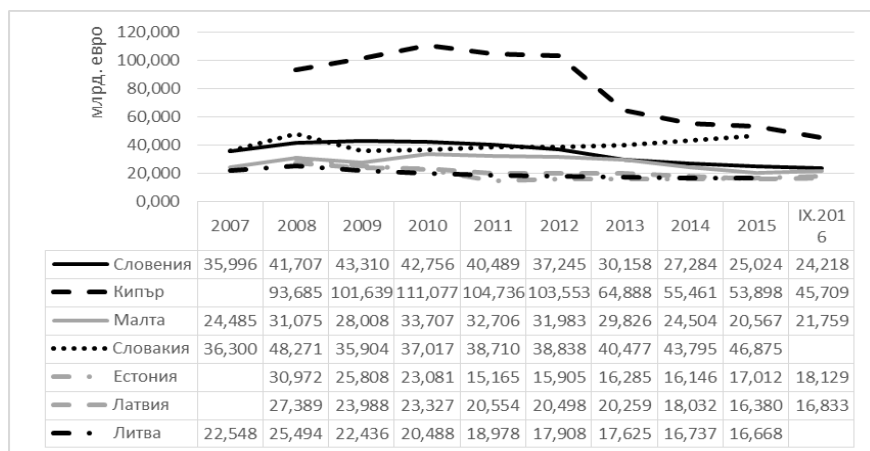


Фигура 6. Възвръщаемост на активите на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2007 – IX.2016 г. (%)

Източник: ЕЦБ, собствени изчисления

В по-голямата част от разглежданите страни печалбата на банковата система намалява към края на разглеждания период в сравнение с началото му, като изключение правят Малта, Словакия и Латвия. През 2009 г. банките в Естония, Латвия и Литва отчитат загуба. Световната финансова и икономическа криза и дълговата криза в еврозоната оказват влияние върху банковите им системи. Следва да се отбележи, че балтийските страни бързо се възстановяват и в Естония през следващата 2010 г., а в Латвия и Литва през 2011 г. е отчетена печалба, като до края на разглеждания период не е отчетена загуба. Финансовата криза оказва влияние и върху финансовия резултат на банките в другите страни в анализа, като най-засегнати, както може да се види и от фигура 4, са Кипър и Словения. През 2010 г. загуба е отчетена и от банковата система на Словения, като тя нараства през следващите години и през 2013 г. достига 3,441 млрд. евро. От 2015 г. финансовият резултат на банките в Словения е положителен. В

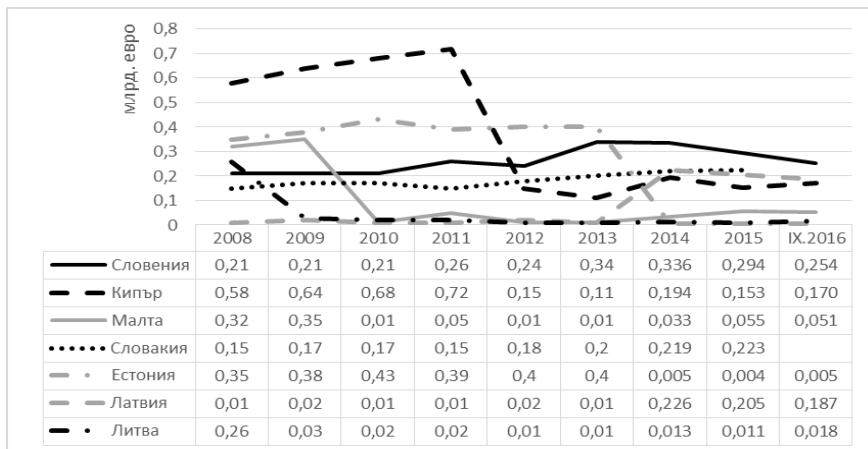
Кипър през 2011 г. е отчетена най-високата загуба за всички страни в анализа през периода 2007 – IX.2016 г. от 4,957 млрд. евро, като тя се задържа на близки стойности през следващите две години. През 2014 и 2015 г. са отчетени значително по-ниски по стойност загуби, а през 2016 г. банките в Кипър отчитат печалба. Въпреки че печалбите на банките в Малта и Словакия намаляват, не са отчетени загуби през периода 2007 – IX.2016 г., т.е. те се представят най-добре по отношение на този показател. Стойностите на ROE до голяма степен следват изменението на финансовия резултат на банките, но влошаването на стойностите му в Словения, Кипър, Естония, Латвия и Литва е много по-значително, тъй като техният СК намалява през някои от годините през разглеждания период. ROA има ниски стойности и следва изменението на финансовия резултат и ROE на банките през периода 2007 – IX.2016 г. Следва да се отбележи, че влошаването на стойностите на показателя е по-малко в сравнение с това на ROE.



Фигура 7. Брутни кредити и аванси на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2007 – IX.2016 г. (млрд. евро)

Източник: ЕЦБ

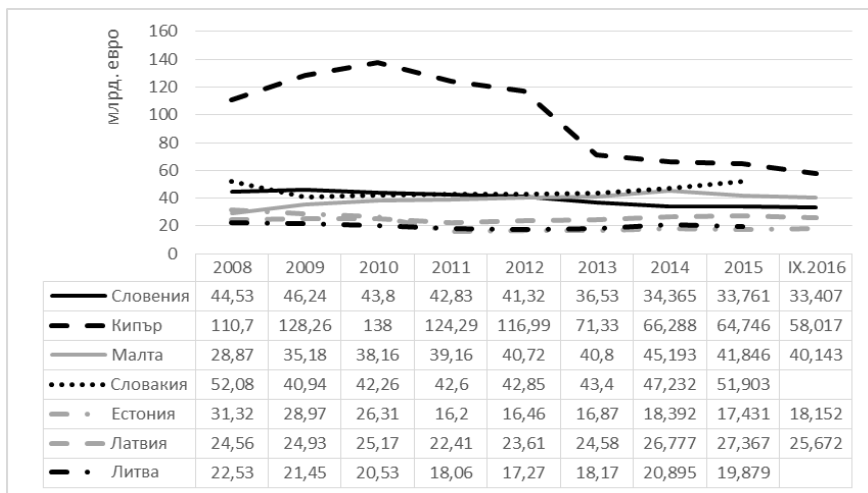
В повечето страни, включени в анализа, брутните кредити и аванси на банките понижават стойностите си, а в Словакия те нарастват. Най-значително е понижението на стойностите на показателя в Кипър.



Фигура 8. Специфични провизии на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2008 – IX.2016 г. (млрд. евро)

Източник: ЕЦБ

В първите години от разглеждания период специфичните провизии на банките в Кипър и Естония нарастват. Специфичните провизии на банките в анализа не изменят значително стойностите си през анализирания период в Словения и Словакия. В Латвия се отчита повишение на специфичните провизии на банките през 2014 г. Наблюдава се по-значително понижението в Кипър през 2012 г., в Малта през 2010 г., в Литва през 2009 г. и в Естония през 2014 г., след което показателят се запазва на близки стойности.



Фигура 9. Депозити на банките в Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия и Литва през периода 2008 – IX.2016 г. (млрд. евро)

Източник: ЕЦБ

Привлечените от банките депозити в повечето анализирани страни намаляват към края на разглеждания период в сравнение с началото му, като изключение прави Малта, където е отчетено увеличение. В Словакия и Латвия стойностите на показателя не се изменят съществено. Най-съществено е понижението на депозитите на банките в Кипър.

Изводите, които могат да се направят от анализа на основните показатели на банките в разглежданите страни членки на ЕС и еврозоната през периода 2007 – IX.2016 г., са:

- световната финансова и икономическа криза и дълговата криза в еврозоната оказват най-голямо негативно влияние върху печалбата след данъчно облагане, ROE и ROA на банките в Кипър и Словения. Това са и страните, които са най-силно засегнати от финансовата криза;

- финансовата криза влошава и стойностите на тези показатели в банките в балтийските страни Литва, Латвия и Естония, но те бър-

зо се възстановяват;

- показателите печалба след данъчно облагане, ROE и ROA на банките се изменят паралелно;

- изменението на стойностите на някои от анализираните показатели за банките в Малта и Кипър значително се различава от това на останалите страни.

Използвана литература

1. <http://www.bnb.bg/>.
2. <https://www.eba.europa.eu>.
3. <http://www.ecb.europa.eu/>.

ТИТЛАТА „ЕВРОПЕЙСКА СТОЛИЦА НА КУЛТУРАТА” – ПЕРСПЕКТИВА ЗА СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

Константин Велчев
Виктория Михайлова-Атанасова
Икономически университет – Варна
k.velchev@ue-varna.bg
victoria.mihailova@gmail.com

Abstract. „European Capital of Culture” is an initiative of the European Commission and the European Council for long-term sustainable investment in culture, it is one of the most prominent European events, and at its base stands unification of the European peoples through culture. This report aims to demonstrate the possibilities of regional development based on the results of the project in different European cities. The investments made in both cultural and urban infrastructure and subsequent increase in tourism, clearly demonstrate how the initiative can be an engine for social and economic development. Together with a number of other less tangible effects, the initiative translates into increased cultural participation, social cohesion and overall cultural and infrastructure improvements.

Keywords: *culture, economic, social, development*

Титлата „Европейска столица на културата” е инициатива на Европейската комисия и Европейския съвет за дългосрочни и устойчиви инвестиции в културата и е свързана с редица ефекти, които променят динамиката на градското развитие, стимулират инвестициите в културна и градска инфраструктура, подобряват обновяването на градовете и тяхната инвестиционна и туристическа привлекателност. Актуалността на темата се определя от това, че: (1) за носител на званието през 2019 г., за първи път е избран български град

– Пловдив; (2) културата, наред с образованието е един от ключовите приоритети на Европейския съюз.

Целта на доклада е, на база историческият опит от успешната реализация проекта в различни европейски градове, да се представят възможностите за социално-икономическо развитие на региона. Направените инвестиции в културна и градска инфраструктура и повишеният туристически интерес, показват как „титлата“ може да бъде двигател на социално-икономическо развитие и редица други по-малко осезаеми ефекти, които се изразяват в повишено културно участие, социално сближаване и цялостно укрепване на културния сектор.

Началото на инициативата е поставено през 1985 г. от певицата Мелина Меркури, която по това време е министър на културата на Гърция и нейният френски колега Жак Ланг. С решение на съвета на министрите на Европейския съюз се създава призът „Европейски град на културата”. В самото начало званието е било присъждано на европейски културни центрове с вековни традиции – Атина, Париж, Флоренция и Берлин, но успеха на инициативата и промените, настъпили с Договора от Маастрихт се установява ред, по който страните могат да са домакини на събитието. Новите промени предвиждат званието да се присъжда едновременно на един град от стара държава-членка на Европейския съюз и на един от нова държава-членка. През 1999 г. титлата „Европейски град на културата” се преименува в „Европейска столица на културата”. През 2005 г. процедурата за избор на “Европейска столица на културата” се променя, въвежда се конкурсно начало на национално ниво и се създава ред, по който държавите да бъдат домакини на събитието в периода между 2007-2019 г. През 2010 г. се учредява наградата „Мелина Меркури” на стойност от 1.5 млн. евро, а от 2011 г. титлата се поделя между два града едновременно. Правилата на конкурса изискват градовете кандидати да представят програма на тематика, свързана с историята, традициите и културата на града в която да опишат как възнамеряват да открият своята идентичност, как планират да насърчат включването и участието на творци от други градове и дър-

жави, по какъв начин ще подкрепят и поощряват развитието на културните политики в държавата, как ще осигурят участието на широк кръг социални слоеве и не на последно място, как спечелването на титлата ще подпомогне за създаването на положителен образ на Европейския съюз. Кандидатурите се оценяват по определени критерии от жури, в състава на което се включват представители на европейските институции и представители на държавата-домакин. В самото начало дори самите Европейски институции не са осъзнавали важността от събирането и систематизиране на информация за инициативата, поради което данните за първите години са много малко. Най-пълно изследване за историята и развитието на „Европейска столица на културата”, има докладът на Palmer (2004), но дори и там, за някои от градовете липсва цялостна информация.

В свое изследване посветено на ползите от титлата, Richards (2005) я определя като „катализатор”, който издига градовете-домакини до по-високи културни, икономически и социални нива. Изследването показва, че инвестираните средства по време на подготовката на градовете се мултиплицират два пъти - разходите за подготовка и организацията на кандидатурата достига средно 38 млн. евро, а общото икономическото въздействие е средно около 70 млн. евро. През 2008 г. Ливърпул привлича над 9,7 млн. туристи и генерира 930 млн. евро приходи от титлата (приходите от туризъм, ношувки, входни такси в музеи, консумация на храни и напитки, автомобили под наем и др.) а вложените средства в реализацията на проекта са 136 млн. евро. При осъществяването на инициативата Европейска столица на културата през 2015г. градовете Монс в Белгия и Пилзен в Чехия са пример за това, как културата може да бъде двигател за икономическо развитие на града и региона, както и да промени отношението на местните жители към нея.

Град Монс е носител на приза „Европейска столица на културата“ през 2015г. В рамките на инициативата градът е посетен от общо 2 182 622 посетители – най-вече от Белгия, Франция и Германия, на откриващо събитие са присъствали 100 000 души, а едно от най-ярките събития по време на домакинството на Монс 2015 е изложба-

та на Ван Гог със 180 000 посетители. Туристическите посещения бележат 470% ръст, а проведените туристически турове с 2500% спрямо предходната година. За всяко инвестирано евро от местната власт във Фондация Монс 2015, възвращаемостта е от 5.50 евро. Общият икономически резултат от инициативата е в размер на 904 000 евро от продажбата на 587 557 броя билети, а средният разход от турист е в размер на 75 евро на ден, бюджетът за реализацията на проекта е бил 71 020 440 евро. Осъществени са общо 219 проекта, с участието на 6700 артисти, 50 партньори и с помоща на 7590 доброволци. Осъществените проекти включват Фондация Монс 2015, Мемориален музей, Артотека. Създадени са 841 бизнес партньори в Клуб Монс 2015, 110 в община Монс с 22 нови бранд продукта, 38 нови ресторанта, 70 нови бизнеса. Добрите резултати и опитът от инициативата дават на местните увереност, че културата може да доведе до икономическо развитие, а Фондация Монс 2025 е получила финансиране от 5.5 млн. евро за инвестиции в култура.

По време на домакинството Пилзен е посетен от 4 млн. души, организирани са 580 събития, отчетени са 100 000 посетители на DEPO 2015 Креативна Зона, броят на нощувките е увеличен с 1% в сравнение с 2013 г. приходите от продадени билети възлизат на 21 млн. евро. Вдъхнат е нов живот на изоставени и неизползвани места в града, като емблематичен пример за това е „DEPO2015“ - мястото е изоставено автобусно депо, превърнато в център за творчески дейности. Градът преобразява имиджа си и установява по-силни културни връзки с Бавария, домакинството на ЕСК променя начинът по който местните възприемат културата. Докато през 2010 г. най-срещаната културна дейност е посещение на кино, през 2016 г. киното минава на четвърто място, показвайки че местните са готови да приемстват културата във всичките й форми. След 2015 г., жителите на Пилзен очакват повече, 93% от жителите, посетили културни събития искат да продължат да посещават събития.

В много от докладите на Европейската комисия се посочва, че през последните години броят на градовете, които се кандидатираат за „Европейски столици на културата” се е увеличил пет пъти. При-

чините за това са както доказаните ползи за градовете, които са били носители на званието „Европейска столица на културата“, така и на успешното постигане на целите, които са поставени чрез проекта. Градовете които са били домакини на престижната титла напълно променят облика си, а това води до повишен интерес към мястото, увеличен брой туристи, до разрастване на съществуващите и развитие на нови културни индустрии, както и до подобряване качеството на живот на жителите на града. Променя се градската среда, подобрява се старата се построява нова културна инфраструктура, подобрява се възможността за утвърждаването на града и региона¹. Инициативата дава тласък и за развитието на туризма, допринася за динамичен културен живот в града, насърчава международното сътрудничество, насърчава творчеството, участието на гражданите в различни доброволчески инициативи най-важното, тя допринася за постигането на дългосрочните и ключови цели на Европейския съюз-развитието на културата и образованието.

Използвана литература

1. PALMER, R. (2004) European Cities and Capitals of Culture. [Online], European commission page, http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/documents/ecoc/cap-part1_en.pdf [Accessed: 31/3/2017]
2. RICHARDS, G. [2005] Cultural Turism in Europe http://www.tramresearch.com/cultural_tourism_in_europe.PDF [Accessed : 31.03.17]
3. FOX, T., RAMPTON, J (2016) Ex -Post Evaluation of the 2015 European Capital of Culture, Final Report (2016), European commission page, https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/ecoc-2015-evaluation_en.pdf [Accessed: 31.03.17]
4. Eur-Lex, ЗЕЛЕНА КНИГА - Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/ALL/?uri=CELEX:52010DC0183>, [Accessed 31.03.2017]

¹ Според Калинков (2010) „Градът има съществена роля в развитието на националната икономика. Именно на негова територия в повечето случаи са концентрирани финансовите и стокови пазари и се формират решенията, които имат значение и дават ход на икономическия живот в страната”

5. European Commission (1985) Resolution of the Ministers Responsible for Cultural Affairs Concerning the Annual Event ‘European City of Culture’. Doc. 7081/84, 4th June, EC, Brussels. [accessed 31.03.17]

6. European Commission, European Capital of Culture –more than 30 years, https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/ecoc-fact-sheet_en.pdf [accessed 31.03.17]

7. Mons 2015 European Capital of Culture, <http://www.mons2015.eu/en> , [accessed 31.03.17]

8. Plzen 2015 European Capital of Culture, <http://www.plzen2015.cz/cs/aktuality/plzen-se-rozloucila-s-titulem-evropskeho-hlavniho-mesta-kultury>, [accessed 31.03.17]

9. Калинков, К. (2010) Урбанистика, ИК Геа Принт

Тематично направление

**„ОТРАСЛОВО
И РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ”**

A STUDY OF PUBLICLY FINANCED INSTITUTIONAL CALLS FOR EMERGING ARTISTS: ERTIBIL BIZKAIA AND ARTESHOP BILBAO

Arturo Cancio Ferruz¹, Javier Martínez López²

¹ University of the Basque Country, Bilbao,

javier.martinez@deusto.es,

² Deusto Business School (DBS), University of Deusto, Bilbao,

arturo.cancio@ehu.eus

Abstract. Ertibil Bizkaia and Arteshop Bilbao are two publicly financed institutional calls for the promotion of emerging artists in the context of the Basque Country, with both distinct and similar characteristics. In this paper, we examine the regulations that base the functioning of these calls to analyse the distribution of the budgets both programmes allocate to compensate for the work of the participant artists, during the period from 2012 and 2016. We also pay attention to the results of the competitive tenders of the artists in terms of concurrence and participation. This work is included in the research labours of Prekariart team at UPV/EHU, financially supported by the Spanish Ministry of Economy and Competitiveness (MINECO) – more specifically from the State I+D+i Programme Oriented to the Challenges of Society, ref. HAR2016-77767-R (AEI/FEDER, UE) – that we gratefully want to acknowledge.

Keywords: *art, economics, public finance, culture, Basque Country*

Introduction

Ertibil Bizkaia (EB) and Arteshop Bilbao (AB) are two publicly financed institutional calls for emerging artists in the context of the Basque Country. Both programmes intend to bring these artists' artworks closer to wider sectors of society, promote artists in an early stage of their careers, and foster them as professionals. EB is launched in 1984, seven

years before the Basque Administration and the Guggenheim Foundation start their conversations to agree on a joint venture that would make possible the opening of Guggenheim Bilbao Museum in 1997, as Romo (1999, p. 218)) exposes. Romo also states that the main political reason for this agreement is to regenerate the city of Bilbao and get over the crisis of the traditional heavy industry that affects the Basque economy (p. 219).

In its turn, AB originates in 2011, when the museum is successfully consolidated and the so-called “Guggenheim effect” is already internationally considered as a symbol of the regeneration of Bilbao and the economy of the Basque region as a whole, following Plaza; Tironi, & Haarich (2009) considerations. These facts give as reason to select EB and AB and conduct a comparative analysis, as they feature both distinctive and similar characteristics, as follows; firstly, they propose similar competitive systems for the selection of the applying artists and a contest including monetary rewards for some of the artists selected. Nevertheless, while AB allocates some funds to pay for the making of their artworks to all the artists selected, the artists selected in EB must either self-finance or apply for external grants for this purpose; secondly, EB selects a lower number of participant artists than AB; and finally, AB introduces the innovative figure of the artist-coordinator. A number of them are selected to produce an artwork out of competition and to coordinate the work of the artists in competition for the prizes.

Material and methods

The sources of information, in the case of EB, are the administrative decrees and resolutions that the Biscay Council, DFB/BFA, makes publicly accessible on its web page. The regulations of AB can be found as on line contents on the Bilbao City Council web page. The Faculty of Fine Arts at the UPV/EHU, which collaborates with Bilbao City Council together with Bilbao Arte Public Foundation for the Arts in the organization of AB, provides the data on the participation of the artists in this call. We examine the regulations that base the functioning of both calls during the period from 2012 and 2016. Although AB started in

2011, it is in 2012 when their organisers firstly publish an official document including the rules for participation in this programme. At the time of writing this paper, both calls are already launched but not yet finalised.

One of the main objectives of this examination is to analyze the distribution of the budgets both programs dedicate to compensate the work of the artists. We also examine the results of the competitive tender of the artists in terms of concurrence and participation, this is, we analyze how many artists apply for the calls along the years, and how many of them finally participate. The data are contrasted with Thorsby's theory of artists' work preference (1994), and Frank and Cook's theory of winner-take-all markets (1995). According to the former theory, “artists are continually confronted with the challenge of maximizing time spent at coveted arts work, while meeting basic budgetary requirements by working in unwelcome non-arts work.” and, regarding the later, “it attempts to explain skewed distributions of rewards in art (and other) markets and the mechanisms that lead to this distribution.” (Rengers, M., 2002, p.2).

Results and discussion

Table 1.

Concurrence, recurrence and distribution of budgets in EB

		1 st . prize		2 nd prize		3 rd prize		Finalists		
A	P	Q	€	Q	€	Q	€	Q	€	T.B.
535	97	5	5000	5	4000	5	3000	82	2000	224000

Reference: Own elaboration from the Decrees and Resolutions of Ertibil from 2012 to 2016. Diputación Foral de Bizkaia. [Online] Available from: <https://goo.gl/xieFdU>. [Accessed: 4/4/2017]

Table 1 shows the data regarding concurrence (C), participation (P), the distribution of the different prizes (Q) and their amounts (€) and the total budget (T.B.) of EB, during the period studied. We do not provide yearly data as these remain very stable along time. Table 2, also shows the data regarding concurrence, participation, the distribution of the

different prizes and their amounts in AB. It also includes the budget destined for the making of the artworks for all participants (F.A.P.). Table 2 shows a partial budget for the contestants of AB (P.B.C.) only. In this case we provide yearly data, as AB is a novel programme that changes its configuration several times along its short history, aiming its consolidation.

Table 2.

Concurrence, recurrence and distribution of budgets in AB

Year	C	P	1 st prize		2 nd prize		3 rd prize		Audience Award		F.A.P.		P.B.C.
			Q	€	Q	€	Q	€	Q	€	Q	€	
2012	112	45	1	1200	1	900	1	600	0	0	45	500	25200
2013	111	75	1	1200	1	900	1	600	0	0	75	400	32700
2014	142	75	1	1200	1	900	1	600	0	0	75	400	32700
2015	110	75	1	1200	1	900	1	600	1	450	75	400	33150
2016	93	75	1	1200	1	900	1	600	1	450	75	400	33150
Totals	568	345											156900

Reference: Own elaboration from the Regulatory bases of Arteshop from 2012 to 2016. Ayuntamiento de Bilbao. [Online] Available from: <https://goo.gl/Qrh1q0>; <https://goo.gl/rkuyoI>; <https://goo.gl/JuYnaE>; <https://goo.gl/S6fmm1>; and <https://goo.gl/fFWbmw> [All Accessed: 4/4/2017]. The Faculty of Fine Arts – UPV/EHU provides the data of the number of applicants and participants.

Table 3 following, shows the incomes the artists-coordinators (A/C) in AB receive for the production of their artworks out of contest (€ P), for their labour as coordinators of the contestants (€ C), the partial budget for these two concepts (P.B.A/C), the partial budget for the contestants of AB (P.B.C.) and, finally, the total budget of AB (T.B.AB).

Table 3.

Distribution of budgets for artists-coordinators in AB and total budget of AB

€ P	€ C	P.B.A/C	P.B.C	T.B.AB
33600	40000	73600	156900	230500

Reference: Same as table 2.

Although there is not a significant difference between € P and € C, we want to remark that AB introduces the figure of the A/C in 2013. While in 2012 € P=1200 and € C=0, from 2013 onwards € P=600 and € C=1000. These data confirm the A/Cs are confronted with the challenge of maximizing time spent at coveted arts work, while meeting basic budgetary requirements by working in unwelcome non-arts work. While in EB this fact remain as unknown data, this feature of AB confirms Thorsby's theory of artists' work preference. We would need a further examination of the self-financing and grant application to better explain the existence of this characteristic of the artists who apply to EB.

Figure 1 following shows a comparison between the concurrence and participation data of the two programs, while figure 2 presents the distribution of budgets of EB and AB among the applicants, the participants, and the winners in the contests during the period studied. The analysis shows that EB and AB present skewed distributions of rewards to the participant artists. However, the different number of participants (97/345) makes this winner-take-all feature less evident in AB than in EB.

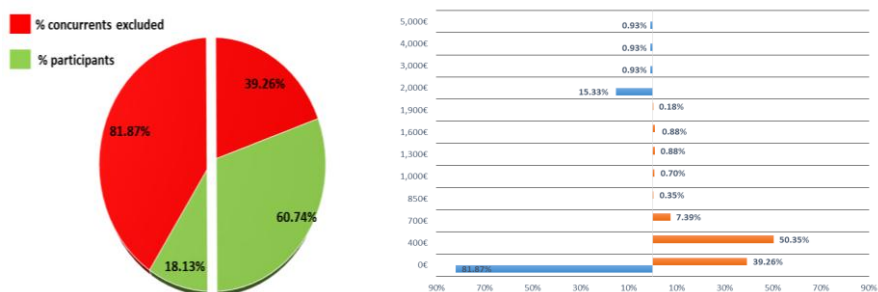


Figure 1. Concurrence/Participation rates and **Figure 2.** Distribution of budgets of EB in a) EB and b) AB.

Conclusion

The study confirms the main features of Thorsby's and Frank and Cook's theories are already present in the processes of promotion of emerging artists. Besides, if we compare EB and AB budgets with the

390.000 € base budget for a three year contract for bids for the maintenance of ‘Puppy’¹, a representative artwork of the “Guggenheim effect”, we can conclude that the features of Frank and Cook’s theory are progressive and exponential constants in the art system.

References

1. PLAZA, B., TIRONI, M., & HAARICH, S. N. (2009) Bilbao's art scene and the “Guggenheim effect” revisited. *European Planning Studies*, 17(11), 1711-1729.
2. RENGERS, M. (2002) *Economic lives of artists: Studies into careers and the labour market in the cultural sector* (Doctoral dissertation).
3. ROMO, J. Á. (1999) El Museo Guggenheim, Bilbao y la Identidad de los Vascos. *Thémata*, 23, 215-221.

¹ Reference: Public announcement of a bid for the contract of a reposition and maintenance service of the artwork “Puppy”. (2017). Guggenheim Bilbao Museum [Online] <https://goo.gl/8Qi5a5> [Accessed: 4/4/2017].

ЕДИН ПОДХОД ЗА ОПТИМИЗИРАНЕ ПОЗИЦИОНИРАНЕТО НА ЗВЕНА В ЛОГИСТИЧНИ СИСТЕМИ

Росен Николаев, Танка Милкова
Икономически университет – Варна
tankamilkova@ue-varna.bg

Abstract. According to the most widely accepted definitions of the term logistics system, it is a relatively constant set of units (structural and/or functional subdivisions of the company, as well as suppliers, customers and logistics intermediaries) interconnected and united by single management of the logistical process for the realization of corporate strategy of business organization. The main task of the management of logistics systems is to ensure the minimum cost of all the activities, one of which is related to the positioning of interconnected units. In determining the optimal positioning of the units in logistics systems we should take into account a number of factors, the main of which is related to transport costs, depending on the distance between interconnected units.

In there earlier studies both authors examine in depth issues related to optimum positioning of units in logistics systems. There, however, an approach is chosen from a number of possible ones seeking for optimal positioning units, taking into account specific factors - production costs, transport costs and others. In this paper another type of optimization is applied, where units in the logistics system are treated as points in Cartesian coordinate system based on sets of analytic geometry and the coordinates of the points at which to position the units to minimize the total distance between interconnected units are found taking into account certain restrictive conditions.

Keywords: *optimal positioning, units, logistics systems*

Въведение

Във всяка икономическа система, създадена за да произвежда конкретен продукт протичат процеси на предвижване на материални потоци от източника на суровини до крайния потребител. Съвременната икономическа теория свързва този процес с конфигуриране на логистична система, представляваща относително устойчива съвкупност от звена (структурни и/или функционални подразделения на фирмата, а така също доставчици, потребители и логистични посредници), взаимно свързани и обединени от единно управление на логистичния процес за реализация на корпоративната стратегия на организация на бизнеса при осигуряване на минимални общи разходи и осигуряване на желаното равнище на обслужване (APICS Dictionary, 1995, p.45; Сергеев и др., 2004, с. 28 – 29; Дыбская и др., 2008, с. 146; Николаев и Милкова, 2014, с. 19 – 21). Въпреки наличието на някои разминавания в становищата на различни автори за същността и обхвата на логистичната система подчертано навсякъде присъства позицията за търсене на подходи за минимизиране на общите разходи. Наред с множеството аспекти на управленски дейности осигуряващи тази цел в логистичната система стои въпросът за оптимално позициониране на взаимосвързаните звена, т.е. търсене на най-подходящото им локализиране, с оглед на това да се увеличи икономическата ефективност. При определянето на оптимално позициониране на звената в логистичните системи следва да се отчитат множество фактори – производствени, инфраструктурни, природни, пласментни, политико-икономически и др. (Благоев и др., 2010, с. 42 – 43; Лехнер и др., 1996, с. 166 – 168; Стерлигова и Федь, 2009, с. 68 – 69; Николаев и Милкова, 2014, с. 223), но един от основните елементи на минимизиране най-вече на транспортните разходи, е да се осигурят минимални разстояния между взаимосвързаните звена в логистичната система.

Целта на авторите в настоящия доклад е, на базата на апарата на аналитичната геометрия, да предложат един подход за определяне на оптимално позициониране на звена в логистичната система, при което да се осигурят минимални сумарни разстояния между вза-

имосвързаните звена.

Така поставената цел се постига посредством решаването на следните основни задачи:

1. Формулиране на икономическата постановка на задачата, представяне на нейната математическа формализация и на тази база съставяне на подходящ икономико-математически модел.

2. Демонстриране на ефекта от приложението на конструирания модел на базата на конкретен числов пример.

Постановка на задачата

В предишни свои изследвания (Николаев и Милкова, 2014) авторите на доклада разглеждат задълбочено въпросите, свързани с оптимално позициониране на звена в логистични системи. Там обаче се прилага подход, при който се търси оптимален вариант за позициониране на звена, избран измежду определен брой възможни такива, при отчитана не конкретни фактори – производствени разходи, транспортни разходи и др. В настоящата разработка се прилага друг тип оптимизация, при която звената в логистичната система се разглеждат като точки в Декартова координатна система и на базата на апарата на аналитичната геометрия се търсят координатите на точки, в които да се позиционират звена в логистичната система, с оглед минимизиране на общите разстояния между взаимосвързаните звена и при отчитане на определени ограничителни условия.

Постановката на задачата се свежда до следното. Нека в правоъгълна координатна система е известно разположението на n звена в логистична система A_1, A_2, \dots, A_n . Известна е крива (или многоъгълник, или прекъснатата начупена линия), по която трябва да бъдат позиционирани (построени) m на брой звена B_1, B_2, \dots, B_m , които следва да са взаимосвързани със звената A_1, A_2, \dots, A_n , но така, че сумата от разстоянията от всяко от n -те звена до всяко от m -те звена да е минимална. Това от своя страна е предпоставка при осъществяване на необходимите транспортни връзки между взаимосвързаните звена да се осигурят минимални транспортни разходи. За конструиране на

математически модел ще бъде разгледан конкретен пример, когато звената B_1, B_2, \dots, B_m трябва да бъдат разположени върху крива. Приемаме, че в правоъгълна координатна система Oxy са известни координатите на n -те звена: $A_1(a_1^1, a_2^1), A_2(a_1^2, a_2^2), \dots, A_n(a_1^n, a_2^n)$. Известна е също кривата $F(x, y) = 0$, по която трябва да бъдат разположени m -те на брой звена $B_1(x^1, y^1), B_2(x^2, y^2), \dots, B_m(x^m, y^m)$, така че сумата на разстоянията от всички $A_i (i = 1 \div n)$ до всички $B_j (j = 1 \div m)$ да е минимална, или

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m A_i B_j \rightarrow \min$$

Като се вземе предвид формулата за разстояние между две точки в правоъгълна координатна система и това, че точките $B_j (j = 1 \div m)$ лежат на кривата $F(x, y) = 0$ се стига до следния оптимизационен модел:

$$\begin{aligned} \min : f(x^1, x^2, \dots, x^m, y^1, y^2, \dots, y^m) = \\ = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \sqrt{(a_1^i - x^j)^2 + (a_2^i - y^j)^2}, \end{aligned} \quad (1)$$

при ограничителни условия

$$F(x^j, y^j) = 0, \quad (j = 1 \div m) \quad (2)$$

$$a_j \leq x^j \leq A_j, \quad (j = 1 \div m) \quad (3)$$

$$b_j \leq y^j \leq B_j, \quad (j = 1 \div m) \quad (4)$$

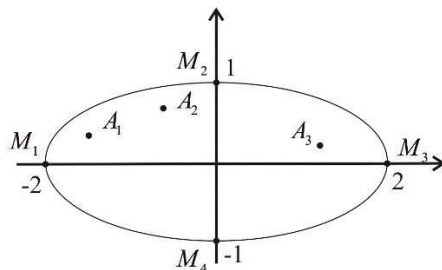
Така конструираният модел представлява една нелинейна оптимизационна задача, за чието решаване в общия случай няма аналитичен метод, но оптималното ѝ решение може да бъде определено с помощта на компютърни изчисления и софтуерни продукти, например MS Excel.

Апробиране на конструиания модел с конкретен числов пример

Нека в район, разглеждан в правоъгълна координатна система,

$$\frac{x^2}{4} + y^2 = 1$$

чиято граница се описва с елипса с уравнение $\frac{x^2}{4} + y^2 = 1$, са разположени три звена от логистична система, разглеждани като точки с известни координати: $A_1(-1,5; 0,3)$, $A_2(-0,4; 0,8)$, $A_3(1,2; 0,2)$ (фиг. 1). За начало на координатната система е избран центърът на елипсата. Трябва да бъде определено оптималното позициониране на четири звена – точките B_j , ($j = 1 \div 4$), взаимосвързани със звената A_1 , A_2 , A_3 , всяко от които се намира върху дъгата $M_j M_{j+1}$ ($j = 1 \div 4$), където $M_1 \equiv M_5$. Необходимо е да се намерят координатите (x^j, y^j) на всяка от точките B_j , ($j = 1 \div 4$), така че общата сума на разстоянията от всяка от точките A_1 , A_2 , A_3 до всяка от точките B_1 , B_2 , B_3 , B_4 да е най-малка, както и да се намери тази сума.



Фигура 1.

При прилагане на конструиания оптимизационен модел се стига до следния конкретен пример:

Да се намери:

$$\begin{aligned} \min : f(x^1, x^2, x^3, x^4, y^1, y^2, y^3, y^4) = & \\ = \sqrt{(-1,5 - x^1)^2 + (0,3 - y^1)^2} + \sqrt{(-1,5 - x^2)^2 + (0,3 - y^2)^2} + & \\ + \sqrt{(-1,5 - x^3)^2 + (0,3 - y^3)^2} + \sqrt{(-1,5 - x^4)^2 + (0,3 - y^4)^2} + & \\ + \sqrt{(-0,4 - x^1)^2 + (0,8 - y^1)^2} + \sqrt{(-0,4 - x^2)^2 + (0,8 - y^2)^2} + & \\ + \sqrt{(-0,4 - x^3)^2 + (0,8 - y^3)^2} + \sqrt{(-0,4 - x^4)^2 + (0,8 - y^4)^2} + & \\ + \sqrt{(1,2 - x^1)^2 + (0,2 - y^1)^2} + \sqrt{(1,2 - x^2)^2 + (0,2 - y^2)^2} + & \\ + \sqrt{(1,2 - x^3)^2 + (0,2 - y^3)^2} + \sqrt{(1,2 - x^4)^2 + (0,2 - y^4)^2}, & \end{aligned}$$

при ограничителни условия:

$$\begin{aligned} \frac{(x^1)^2}{4} + (y^1)^2 = 1, & \quad \frac{(x^2)^2}{4} + (y^2)^2 = 1, \\ \frac{(x^3)^2}{4} + (y^3)^2 = 1, & \quad \frac{(x^4)^2}{4} + (y^4)^2 = 1, \\ -2 \leq x^1 \leq 0, & \quad 0 \leq y^1 \leq 1, & \quad 0 \leq x^2 \leq 2, & \quad 0 \leq y^2 \leq 1, \\ 0 \leq x^3 \leq 2, & \quad -1 \leq y^3 \leq 0, & \quad -2 \leq x^4 \leq 0, & \quad -1 \leq y^4 \leq 0. \end{aligned}$$

Според оптималното решение на така конструирания модел, намерено с помощта на инструмента Solver на MS Excel, координатите на точките, в които следва да се позиционират съответните звена са $B_1(-0,79; 0,92)$, $B_2(0, 1)$, $B_3(0; -1)$, $B_4(-2; 0)$, а минималното сумарно разстояние между всеки две взаимосвързани звена е $\min : f = 19,31$.

Заклучение

Предложената апробация на конструирания оптимизационен модел демонстрира един подход, чрез който може да се осигури рационално позициониране на звена в логистична система. Доброто познаване на математическите методи за моделиране на икономически явления и процеси може да осигури оптимизиране на позиционирането на звената при отчитане на допълнителни ограничителни условия, адекватно описващи конкретна реална икономическа ситуация.

Използвана литература

1. Благоев, Б. и др. (2010) Икономика на предприятието. Варна: Наука и икономика.
2. Дыбская, В. В. и др. (2008) Логистика. Интеграция и оптимизация логистических бизнес-процесов в цепях поставок. Москва: Эксмо.
3. Лехнер, К. и др. (1996) Икономика на предприятието. София: Линде.
4. Николаев, Р., Т. Милкова. (2014) Оптимално позициониране и закрепване на звена в логистични системи. Библ. „Проф. Цани Калянджиев”, Варна: Наука и икономика.
5. Сергеев, В. И. и др. (2004) Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов. Москва: ИНФРА-М.
6. Стерлигова, А. Н., А. В. Федь. (2009) Операционный (производственный) менеджмент. Москва: Инфра-М.
7. APICS Dictionary. 8th Edition. (1995) American Production and Inventory Control Society, Inc.

ПРОДОВОЛСТВЕНАТА СИГУРНОСТ НА БЪЛГАРИЯ И МЯСТОТО НА ВЪТРЕШНИЯ ПРОДОВОЛСТВЕН РЕСУРС ЗА НЕЙНАТА УСТОЙЧИВОСТ

Саша Грозданова

Институт за икономически изследвания при БАН – София

sacha.grozdanova@abv.bg

Abstract. The state of the food security of Bulgaria is evaluated based on objective criteria and indicators. Problems are outlined that worsen the situation concerning consumption and food independence of main products and product groups in Bulgaria. The results of the analysis justify the conclusion that the direction of changes follows a trend of aggravating the problems of dependence and vulnerability of food security in the country. The paper defends the need to increase the national internal food resources. It should be realized by activating the national agricultural potential in order to achieve a sustainable food security of the population and the country.

Keywords: *food security, food products, demand*

Продоволствената сигурност предполага гарантирана, постоянна достъпност до храни – качествени и в количества, съответстващи на физиологичните норми за потребление.

Сериозни проблеми пред страната са: недостатъчното селскостопанско производство; качеството, хранителната стойност и безопасността на храните; значителното място, което зае вносът.

Параметрите на компетентност на държавата са недвусмислено ясни и са в отговора на въпросите - какви количества и в какъв подбор продоволствени продукти са необходими, и какво се произвежда в страната.

Предизвикателство са решаването на проблемите, концентрирани във взаимовръзката внос - вътрешно производство. Търговията

е способна да осигури храни чрез потоците на продоволствие от международните пазари. Но от гледна точка на суверенна държава, високата степен на самоосигуреност, т.е. на относителна продоволствена независимост, е гаранцията за продоволствената сигурност.

С други думи, произведеното със собствени сили може да се определи и като гарантирана защитеност, което предопределя непреходното, неконюктурно значение на ресурса, създаден на база на националните производствени възможности като залог за наличието на храни от основните хранителни групи, необходими за обезпечаване на здравословен и активен живот на цялото население. В същото време трябва да се отбележи като важна и способността на държавата, при определени обстоятелства, да поддържа чрез осъществяването и на внос, постоянното наличие на безопасни за здравето и в достатъчен обем храни, които да осигуряват обичайните потребности на населението.

Оценката на измененията в консумацията, изразена чрез съотношението вътрешно производство/внос показва, че отраслите и дейностите пряко ангажирани с производството като суровини и като готови за потребление продукти, не са в състояние да осигурят на населението нужните храни с национален произход. Задоволяването на потребностите в недопустима степен е поставено в зависимост от вноса при някои основни хранителни групи и базови продукти.

При хранителната група(зърнени, картофи, ориз), осигуряваща значима част от енергийните нужди на населението, потреблението е над минималния праг на физиологичната норма с 25%. Уязвимост, от гледна точка на самоосигуреността, има при ориза и картофите. Това обаче не ограничава способността на страната да покрива напълно нуждите си, поради взаимозаменяемостта на продуктите, свързана с базовия хранителен компонент, който те съдържат и обстоятелството, че производството на пшеница, основна суровина за продуктите с най-голям дял на потребление в тази група(хляб и тесени изделия), превишава почти четири пъти необходимия за задоволяване на вътрешното потребление ресурс.

Друга важна група храни са плодовете и зеленчуците - продукти

богати на витамини, влакнини, минерални и биологично активни вещества, почти не съдържащи мазнини и калории. Моделът на хранене у нас, традиционно отнежда по-висок дял на потреблението на зеленчуци. Недостатъчното национално производство наложи като трайна тенденция зависимост, при осигуряването им, от външни за страната източници.

Безпрецедентен е диктатът на вноса при петте основни продукта – домати, краставици, пипер, зеле и лук, които покриват над 80% от общото потребление на всички видове зеленчуци. През последните 15 години, страната е нето вносител. Най-голямо е увеличението при вноса на домати и краставиците – над пет пъти, на пипера – около три пъти и на зелето – около два пъти. Възможностите за вътрешно производство остават ограничени, което означава и бъдеща хронична, силна зависимост от външен ресурс.

Не е различна и ситуацията при плодовете. Вносът бележи увеличение, нетен вносител сме на базови за потреблението видове, с добри природни условия за производството им в страната. Следва да се отбележи, че дори при най-застъпения в консумацията продукт – ябълките, дялът на националното производство е под 60%.

За тази хранителна група обобщено може да се направи извод, че потреблението е над минималния праг на физиологичната норма, но това е изключително заслуга на значителния дял на вносен ресурс.

Осигуряването на потребностите с ценни за здравето храни, богати на пълноценен белтък, калций, широк спектър от витамини и животински мазнини, се осъществява на база консумация на продукти от хранителната група, която включва мляко и млечни произведения. Потреблението им е над нормата, отчитаща физиологичните потребности, преизчислена в базовата производствена суровина – мляко. Определена роля за този положителен факт има нарастващият дял на вноса. Страната ни е нето вносител на суровина за производството на млечни продукти. Това дава повод за съмнение, че като по-евтина суровина, не могат да се изключват възможностите за влагането на вносен компонент дори при производството на уникални

за страната ни, като хранителна и вкусова ценност продукти – българското бяло саламурено сирене и българското кисело мляко.

Проблем за реалното състояние на приема на градивните хранителни компоненти от тази продуктова група, на базата на които са обосновани и препоръчителните норми за потребление, е увеличаващият се дял на употреба на т.н. имитиращи продукти. Те, освен базов за производството продукт от животински произход(мляко), съдържат компоненти от растителен произход, с цел ценова достъпност на предлагания краен продукт. Некоректно е статистическото им отразяване като потребление заедно с пълноценните традиционни млечни произведения. Това изкривява обективността на оценката за хранителната стойност на консумираните продукти от тази група.

Изложеното по-горе с пълна сила се отнася и до потреблението на месни произведения, влизащи в състава на групата храни, богати на белтък. В нея са включени продукти както от животински произход – месо, риба, яйца, така и продукти от растителен произход – бобови и ядкови плодове.

За осигуряване на потребностите на страната с продукти от тази група, поради хроничното, недостатъчно вътрешно производство, вносът е сериозен источник. Съществено е увеличението му за последните 15 години. При свинското месо, при птичето месо и при месото от ДРД вносът е нарастнал съответно с над 7 пъти, с над 3 пъти и с над 11 пъти. Голяма част от внесените количества се използват като първична суровина при производството на колбаси и други месни произведения.

Системното пренебрегване на необходимостта от увеличаване на вътрешното производство стабилизира силната зависимост на страната. Нещо повече, не би било пресилено да се каже, че проблемите при осигуряването с посочените продукти, богати на белтък, продължават да остават труднопреодолими за националното производство и опасенията са, че те ще продължат да бъдат извън обсега на решимите проблеми и в близко бъдеще. Поради това, потреблението на базови продукти от тази хранителна група вероятно ще остане в състояние, отдалечено от референтните количества за прием и

зависимо от външните за страната източници.

При продуктовата група, осигуряващата прием на добавени мазнини - растителни масла и животински мазнини, може да се отбележи относително равен общ прием за дълъг период. Основна е консумацията на растителни масла - над 90% от общо потребените продукти от тази група. Потребностите се задоволяват главно от вътрешното производство на слънчогледово масло. Страната ни е сериозен производител и с много добри позиции като износител на първичната суровина за производството му. При животинските мазнини, вносът на най-засъпления като потребление продукт – маслото, за последните 15 години е увеличен над 3 пъти. Съществуват основателни съмнение, че известна част от потреблението и при този продукт е на количества с вложен растителен компонент.

Изложеното дотук, позволява да се направи извод, че при най-масово потребяваните видове хранителни продукти, са налице задълбочаващи се проблеми и състояние на зависимост и уязвимост на продоволствената сигурност на страната. В потвърждение на това е и позицията, която България заема с 59,6 % индекс на продоволствена сигурност, при направено международно изследване, включващо 106 страни. Това е най-ниският индекс на страна членка на ЕС.

Използвана литература

1. Грозданова, Русчева,Тодоров(2015) Продоволственият баланс на България:състояние и тенденции. Ролл Къмпани.С.
2. Наредба №23/19.07.2005,ДВ,бр.63/2005.С.
3. Агростатистика.Внос-Износ.НСИ,МЗХ.С.
4. The Global Food Security Index.<http://foodsecurityindex.eiu.com>

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ВЕРИГИТЕ НА МАРКОВ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА НЯКОИ ОРГАНИЗАЦИОННИ АСПЕКТИ В ПОРТ ВАРНА

Радан Мирянов¹, Юри Димитров²

¹ Икономически университет – Варна

miryanov@ue-varna.bg

² Лесотехнически университет – София

yuri.dimitrov@ltu.bg

Abstract. Maritime logistics is responsible for a significant part of international trade and plays a crucial role in the economic prosperity of many countries. That is why the efforts of big number of scientists and experts nowadays are focused on improving some aspects of maritime logistics, especially its main components – sea transport and ports management. The advantages of this mode of transport lie in the high carriage capacity and the practically unlimited carrying capacity allowing large-scale intercontinental carriage of goods, and especially low cost.

From the above it becomes clear that this mode of transport connects remote destinations within the global logistics system and plays a key role in connecting many of the participants in the logistics processes: manufacturers, suppliers, customers, consumers, warehouses, etc. In this context, sea ports have their increasing responsibilities for the carriage of goods in a way that is to the highest degree synchronized with the other components of the logistics process.

In the present paper some particular steps for optimising certain aspects of ports organisation will be proposed, using some up-to-date statistical data on the example of Port Varna. The methodology is based on Markov chains and their applications with real numerical calculations.

Keywords: *port organization, Markov chains, synchronization, optimization.*

Въведение

Съвременните пристанищни комплекси се сблъскват с множество проблеми, голяма част от които могат да бъдат квалифицирани като инфраструктурни. Не прави изключение и порт Варна с неговите два пристанищни терминала – Варна Изток и Варна Запад. През последните години тече реорганизация на порта, включваща най-общо пренасочването на една част от товарите от източния терминал към западния. Съществуват обаче типове карго, които все още се обработват и на двата терминала – напр. зърнените товари. Това дава алтернатива на входящите в порта морски съдове, която те биха могли да използват спрямо техните цели, параметри и разбирания, като от друга страна пристанищните власти би следвало да регулират този процес. Именно във въпросната регулация биха могли да се търсят и известни резерви, които в настоящия доклад ще бъдат разгледани чрез използването на вериги на Марков и някои примерни данни, с които изчисленията да бъдат онагледени.

Целта на настоящия доклад е на основата на конструиране на подходящи марковски модели, отчитащи вероятностния характер на преходите от единия терминал към другия и/или обратно, да се направи прецизна преценка и съответна регулация (напр. ценова) от страна на ръководството на пристанище Варна спрямо клиентите, заявяващи по-големи предпочитания към даден терминал.

За постигане на така поставената цел авторите правят опит за решаване на следните **задачи**:

1. Чрез използването на теорията за вериги на Марков да се конструира матрица на преходните вероятности от един пристанищен терминал към друг и да се калкулира пределния вектор на състоянията в случаите на две или три опции за избор от клиентите на порта.

2. На примера на пристанище Варна, използвайки конкретни емпирични данни, да се осъществи апробация на теоретичния модел и да се направят някои важни изводи за оптимално регулиране от страна на пристанищните власти на процеса на „миграция“ от един пристанищен терминал към друг.

Материали и методи

В настоящия доклад са използвани без обосновка и излишни обяснения някои добре известни факти от теорията на веригите на Марков. Напр. при дадена матрица на преходните състояния

$Q = \|q_{ij}\|$, намирането на пределния вектор на състоянията (стационарния вектор на системата)¹ $P(\infty) = \|p_k\|$ се осъществява чрез сис-

темата²
$$\begin{cases} P(\infty)(E - Q) = 0 \\ \sum_k p_k = 1 \end{cases}$$
. На конкретните изчисления също няма да отделяме внимание, тъй като са стандартни и могат да бъдат осъществени с разнообразни компютърни средства.

Резултати и обсъждане

Нека разгледаме една опростена връзка между пристанището и неговите клиенти. Бихме могли да разделим ползващите услугите на всеки един от двата пристанищни терминала в две групи – такива, които са склонни да го запазят и заявят при следващото си посещение и такива, които желаят да го сменят с другия. От съществено значение е да се знаят съответните вероятности за преминаване от група в група, т.е. каква например е вероятността един клиент на пристанището, ползвал терминал Варна Изток да заяви Варна Запад при следващото свое посещение на порта. По този начин ще бъде съставена матрицата с преходните вероятности на веригата на Марков, като приемаме за даденост константността на тази матрица

$$Q = \begin{vmatrix} 0,85 & 0,15 \\ 0,55 & 0,45 \end{vmatrix}, \text{ т.е.}$$

спрямо времето. Нека тази матрица има вида: 85% и 45% съответно от ползвателите на Варна Изток и Варна Запад

¹ АТАНАСОВ, Б., НИКОЛАЕВ, Р. и МИРЯНОВ, Р. (2012) *Количествени методи в управлението*, „Наука и икономика”, Варна, с.276.

² АТАНАСОВ, Б., НИКОЛАЕВ, Р., БОШНАКОВ, В. и МИРЯНОВ, Р. (2012) *Количествени методи в управлението - ръководство*, „Наука и икономика”, Варна, с.280.

желаят да ги запазят, а останалите дефинират желанието си за смяна на пристанищния терминал. Така конкретната система придобива

$$\text{вида } \begin{cases} (p_1, p_2) \begin{cases} 0,15 & -0,15 \\ -0,55 & 0,55 \end{cases} = 0 \\ p_1 + p_2 = 1 \end{cases} \quad \text{или опростено} \quad \begin{cases} 15p_1 - 55p_2 = 0 \\ p_1 + p_2 = 1 \end{cases} .$$

Решенията ѝ са $p_1 = \frac{11}{14}, p_2 = \frac{3}{14}$. Така получаваме ценна информация за картината, която би се получила при достатъчно дълго запазване на тези настроения и пристанищните власти биха могли да използват съответните механизми и инструменти (ценови, юридически и т.н.) за регулация и намаляване на организационния натиск върху първия терминал.

Нека усложним малко модела за сметка повишаване на реалистичността му. Да разделим клиентите на три групи – в първата да попаднат тези, които при следващото си посещение желаят да заявят Варна Изток. Нека в третата са тези, желаещи Варна Запад, а в новосформираната втора група да са онези клиенти, които не дефинират бъдещи претенции. Нека в този случай матрицата на преходните

$$Q = \begin{bmatrix} 0,8 & 0,1 & 0,1 \\ 0,4 & 0,3 & 0,3 \\ 0,5 & 0,3 & 0,2 \end{bmatrix} .$$

вероятности има вида

За системата, водеща ни до пределния вектор на състоянията ще имаме:

$$\begin{cases} (p_1, p_2, p_3) \begin{cases} 0,2 & -0,1 & -0,1 \\ -0,4 & 0,7 & -0,3 \\ -0,5 & -0,3 & 0,8 \end{cases} = 0 \\ p_1 + p_2 + p_3 = 1 \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} 2p_1 - 4p_2 - 5p_3 = 0 \\ -p_1 + 7p_2 - 3p_3 = 0 \\ -p_1 - 3p_2 + 8p_3 = 0 \\ p_1 + p_2 + p_3 = 1 \end{cases} ,$$

решението на която е $p_1 = \frac{47}{68}, p_2 = \frac{11}{68}, p_3 = \frac{10}{68}$. Това отново ни осигурява важна информация за пропорционалното разпределение

на желанията на клиентите при достатъчно дълго запазване на настроенията и предлага идеи за решения на пристанищните власти.

Заклучение

В заключение могат да бъдат направени някои ценни изводи, както и да се дадат насоки за рационално и практически насочено използване на предложените идеи.

1. При разделение на клиентите в две групи – такива, които желаят да запазят ползвания към момента терминал и други, които декларират желание за промяната му, целесъобразно е оторизираниите пристанищни власти да използват механизмите, с които разполагат и чрез подходящо подбрани цени и други мерки да търсят изравняване или поне по-добър баланс между P_1 и P_2 .

2. При разделението в три групи, отново целта трябва да е аналогична – доближаване на стойностите на P_1 и P_3 , като тук в интересите на порта би могла да влиза и целта да се максимизира P_2 .

3. Не на последно място, длъжни сме да отбележим и лесното адаптиране на предложените модели при промяна на настроенията на клиентите, т.е. на входящите данни.

Използвана литература

1. АТАНАСОВ, Б., НИКОЛАЕВ, Р. и МИРЯНОВ, Р. (2012) *Количествени методи в управлението*, „Наука и икономика”, Варна.

2. АТАНАСОВ, Б., НИКОЛАЕВ, Р., БОШНАКОВ, В. и МИРЯНОВ, Р. (2012) *Количествени методи в управлението - ръководство*, „Наука и икономика”, Варна.

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА БИОЗЕМЕДЕЛИЕТО В БЪЛГАРИЯ И СВЕТА

Петя Брънзова

Институт за икономически изследвания при БАН – София

petia.branzova@gmail.com

Abstract. Organic farming is practiced around the globe, but the markets for sale are strongest in North America and Europe, while the greatest dedicated area is accounted for by Australia, the greatest numbers of producers are in India, and the Falkland Islands record the highest share of agricultural land dedicated to organic production. Organic farming is practiced in 172 countries, and 43.7 million hectares of agricultural land are managed organically by approximately 2.3 million farmers. This report focuses on the analysis of the main trends in the development of organic farming in Bulgaria and the world. The main aim is to make a comparison between: the land used for organic farming; registered organic farmers and crop and livestock cultivated in a bioassay. The report gives an indication of the situation of organic farming in world, for given years, according to data availability. Since detailed data is not available for all countries and varies within databases, other sources and own estimations were used in this report.

Keywords: *organic farming, organic agriculture, organic production, trends.*

Въведение

Сертифицираното биологично производство датира от 80-те години на миналия век. Развива се в почти всички страни на Западна Европа и в САЩ. В началото броят на биологичните стопанства е малък, но през 90-те години започва динамично развитие, следствие на държавните субсидии и повишения потребителски интерес. От година на година биологичното производство системно и убедително завоюва своя територия в световен мащаб, а също и в България.

Все по-голям брой потребители търсят здравословна, питателна и незамърсена с изкуствени торове и други химически съставки продукция. Мотивацията им варира от загрижеността за екологичното равновесие на земята до загрижеността за собственото здраве. Целта на доклада е да се идентифицират основните тенденции в развитието на биологичното земеделие. В доклада се установяват съществуващите различия между отделните страни в областта на развитието на биологичното земеделие за периода 2010-2015г. В хода на изследването се използват методите на сравнение, статистически методи и др.

Изложение

Биологично земеделие се практикува в над 179 страни по света. Според данни от съвместно изследване на немската „Фондация за екология и земеделие“ (SOEL), Международната федерация на движенията за органично земеделие (IFOAM) и Швейцарския изследователски институт за органично земеделие (FiBL), към 2015 г. в целия свят биологично се управляват над 50.9 млн.ха земя. (*Eurostat, data-2017*) Сравнено с 2014г. това са 6.5 млн.ха.повече или 1.1 % от земеделската земя в световен мащаб се използва за биологично земеделие.

През февруари 2017 г., на световно изложение на биологични продукти в Нюрнберг, Международната федерация на движенията за биоземеделие (IFOAM) и Швейцарския изследователски институт за биоземеделие (FiBL) представят актуални статистически данни, според които сертифицираните площи в света са 50,9 млн.ха. В класацията по континенти начело са Австралия и Океания, където се намират 22,8 млн.ха от сертифицираните площи, следвани от Европа с 11 млн.ха и Латинска Америка с 6,7 млн.ха. (*Willer H. and Lernoud J., 2017*)

Водещи държави в използването на земя за биопроизводство през 2015г. са Австралия с 22,7 млн.ха., следвана от Аржентина с 3,1 млн.ха. и САЩ с 2 млн.ха.

Според представените данни на изложението, повече от три

четвърти от регистрираните производители са разположени в развиващите се страни и страните в преход. Общият брой на регистрираните производители в света е 2,3 млн. Страната с най-много производители е Индия (585 200), следвана от Етиопия (203 302) и Мексико (200 039). Пазарният дял на биопроизводството в световен мащаб е 75 млрд. евро. С най-висок дял са САЩ с 35,8 млрд. евро, следвани от Германия с 8,6 млрд. евро и Франция с 5,5 млрд. евро. (*Facts and figures on organic agriculture in the European Union, 2016*)

През 2015 г. биологичното земеделие продължава да расте. Увеличават се земеделски земи използвани за биопроизводство, повишава се броя на регистрираните производители, отбелязва се ръста на пазара за биопродукти. Въпреки това, развитието варира значително между отделните страни и региони. Прогнозата на развитието на пазарите за биопродукция продължава да бъде добра, има възможност за по-нататъшен растеж.

На ниво Европейски съюз (ЕС) за 2015 г. за биологично земеделие се използват 11 млн. ха., което е 6,2% от общото (ЕС) използвана земеделска площ на Европейския съюз (ИЗП). (*Organic crop area on the rise in the EU, 2016*). От 2010 г. площта, използвана за биологично земеделие е нараснала с почти два милиона хектара. По същия начин, възходящ тренд се наблюдава и в броя на регистрираните производители. В края на 2015 г., 271 500 земеделски производители са регистрирани в ЕС като биопроизводители, което представлява увеличение от 5,4% в сравнение с 2014 година.

Сред държавите-членки- Испания, Италия, Франция и Германия са регистрирали най-много площи за биоземеделие, както и най-голям брой производители на биологични продукти през 2015 г.. Това е 52% от общо регистрираните площи и биопроизводители в ЕС.

Частта на земеделска земя използвана за биоземеделие се различава значително в отделните държави-членки на ЕС. Най-висок дял на сертифицирана площ е регистрирана в Австрия, с една пета (20%, или 552 хиляди хектара) от своята обща земеделска площ през 2015 г. Следвана е от Швеция (17%, или 519 хиляди хектара) и Ес-

тония (16%, или 156 хиляди хектара). Наред с най-добре представящите са: Чехия (14%, или 478 хиляди хектара), Италия (12%, или 1 493 000 хектара) и Латвия (12%, или 232 хиляди хектара). За разлика от това, биологичното земеделие не е силно развито в три държави-членки, с площ под 2% за биоземеделие: в Малта (0,3% или 30 хектара), Ирландия (1,6%, или 73 хиляди хектара) и Румъния (1.8%, или 246 хиляди хектара). Трябва да се отбележи, че значението на сектора на биологичното земеделие като цяло е по-ниско в райони с равнини, в които преобладават повече интензивни производствени системи.

На равнището ЕС използваната земя за производство на биологични култури през 2015 г. се е увеличил с 21% от 2010 г., което е малко над 11 милиона хектара. Повишение през този период се наблюдава във всички държави-членки, с изключение на Обединеното кралство (-29%) и в по-малка степен, Холандия (-4%). За разлика от това, Хърватска (от 16 хиляди хектара през 2010 г. до почти 76 хиляди хектара през 2015 г., или + 377%) и България (+ 362%). Отчетено е почти четирикратно увеличение от земята използвана за биологично земеделие. Същото се наблюдава и във Франция (+ 61%), Ирландия (+ 53%), Литва (+ 49%) и Кипър (+ 48%).

България е лидер в ЕС по ръст в броя на биопроизводителите за последните пет години. Броят на регистрираните производители в началото на 2015 г. е близо 4 хиляди, като за последните пет години се увеличава над пет пъти, при ръст от 17% средно за Общността. Най-интензивна е тази тенденция през 2012 г. - броят на стопаните се удвоява. След това темпът се забавя и в началото на 2015 г. той остава почти на нивото от предходната година. Сертифицираните площи с биологично производство или в преход към такова в България нарастват близо четири пъти между 2009 и 2014 г. Най- интензивен е бил ръстът през 2010 г. (площите се удвояват), 2012 г. (с 56%) и 2013г. (с 44%), когато те достигат пика си от над 56 хиляди ха. Покачването за разглеждания период е най- силно сред 28-те страни-членки на Европейския съюз и с над 14 пъти по- бърз темп спрямо средния за Общността. България има и най- силен ръст що се

отнася до дела на биопроизводството от общата използвана земеделска земя. Въпреки динамичното развитие, страната остава сред тези с най-слабо разпространено биоземеделие в ЕС, както в абсолютен, така и в относителен план. Едва 1% от земеделската земя се използва в това направление.

България е и с най- висок дял площи в преход от общите ангажирани с биопроизводство сред страните- членки – над 2/3, при 10% средно за ЕС. Това е предпоставка предлагането на продукцията в тази пазарна ниша тепърва да нараства все по- интензивно.

Заклучение

В заключение може да се каже, че през анализирания период пазарът на биологично земеделие и биологични продукти отбелязва значителен ръст. Размерът на използваната земя за биопроизводство се е увеличил значително, както и броят на производителите. Много важен фактор, влияещ върху растежа на биологичното земеделие, е ръстът на пазарната стойност на биологичното производство и особено нарастването на търсенето на биологични продукти. Като цяло е очевидно, че биологичното земеделие представлява специфична пазарна ниша на световния и на европейския селскостопански пазар. Нейното развитие е свързано особено с новите тенденции в потреблението, както и с нарастването на икономиката на отделните страни и особено с нарастването на доходите на глава от населението в отделните страни.

Използвана литература

1. European Commission (2016) Facts and figures on organic agriculture in the European Union
2. Organic crop area on the rise in the EU, 208/2016 - 25 October 2016, Eurostat News release
3. Willer H. and Lernoud J. Organic Agriculture Worldwide 2017: Current Statistics, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, Switzerland BIOFACH 2017, February 15, 2017 www.fibl.org
4. <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

АНАЛИЗ НА РАЗВИТИЕТО НА ТОВАРНИЯ АВТОМОБИЛЕН ТРАНСПОРТ В УСЛОВИЯТА НА ЕВРОЧЛЕНСТВО

Георги Димитров

Университет за национално и световно стопанство – София

georgi_gdimitrov@abv.bg

Abstract. The automotive transport plays a key role in the development of every modern society and it is also a required prerequisite for the achievement of social and regional cohesion. The state of the automotive transport of Bulgaria is of major importance for the increase of competitiveness of the national economy and the quality of transport services to the population.

In the current report in sequence are analysed the development of the transportation park, amounts of cargo shipments made and the transportation work done by the freight automotive transport of Bulgaria under the conditions of euro-membership. The duration of the period being researched (2007-2015) gives an opportunity for tracking the main tendencies in the development of the freight automotive transport.

Keywords: *freight automotive transport, transportation work, development*

Въведение

Транспортът е един от основните сектори на икономиката на България, който през последните години се развива с бързи темпове. Съществена заслуга за това има товарният автомобилен транспорт, който заема водещо място по отношение на превозените количества товари и извършената превозна работа в националната транспортна система. От 1-ви януари 2007г. България е член на Европейския съюз и голяма част от внасяните и изнасяни стоки (от и към другите страни членки на съюза) преминаха към либерализиран режим на търговия, а товарният автомобилен транспорт започна да играе

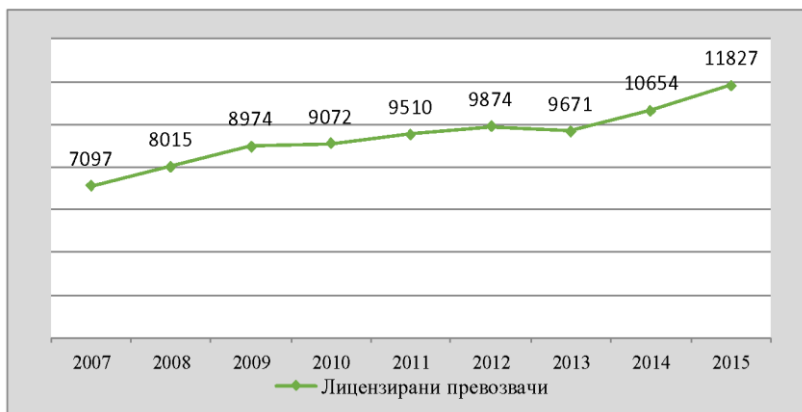
все по-голяма роля във външно-търговските отношения на страната.

Развитие на превозния парк на товарния автомобилен транспорт

Над 95% от транспортните предприятия в България са частна собственост и само една малка част, извършващи основно вътрешно-градски товарни превози са общинска собственост.

Значителна част от транспортните компании имат само по един автомобил и един водач, което ги прави доста несигурни и уязвими от променящите се пазарни условия. Определени фирми с добра организация на работа и с голям брой товарни автомобили, се наложиха в отрасъла и оперират интензивно на пазара. Това са предимно транспортни предприятия с чуждестранно участие. Те притежават логистични и спедиционни центрове и инвестират в нови съвременни технологии за управление на превозите.

На фигура 1 е представен броя на лицензираните автомобилни превозвачи за периода 2007-2015 година. Данните показват, че от 2007г. броят на лицензираните автотранспортни фирми непрекъснато нараства. С изключение на 2013г., през която лицензираните превозвачи са 9671, което е с 203 по-малко от предишната 2012г. За разглеждания период броят на лицензиите за автомобилни превози се повишава с 66,7% (от 7097 до 11827).



Фигура 1. Лицензирани транспортни предприятия в автомобилния транспорт

За да се определи какво е предлагането на пазара на транспортни услуги за товарни автомобилни превози е необходимо да се анализира и развитието на разполагаемия превозен парк на тези лицензирани предприятия. В таблица 1 е представена информация за броя на регистрираните товарни моторни превозни средства в България.

Таблица 1.

Регистрирани товарни моторни превозни средства за периода 2007-2015 г.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Тов. авт.	2397 69	2735 70	2907 84	3044 36	3155 05	3317 63	3488 34	3691 89	3965 82
Влекачи	2154 7	2559 1	2702 4	2902 1	3205 6	3526 6	3912 5	4268 6	4780 9
Общо	2613 16	2991 61	3178 08	3334 57	3475 61	3670 29	3879 59	4118 75	4443 91

Източник: НСИ

От данните може да се установи, че общият брой на регистрираните товарни автомобили в страната се е увеличил за разглеждания период със 70,1%. Нарастване се наблюдава, както при броя на регистрираните товарни автомобили (от 239769 през 2007 на 396582 през 2015 година), така и при броя на регистрираните влекачи, които са нараснали със 122,9% (от 21547 през 2007 на 47809 през 2015 година) за разглеждания период.

Превозени товари и извършена работа от автомобилния транспорт

За да може да се анализира търсенето на товарни превозни услуги с автомобилен транспорт в условията на еврочленство е необходимо да се проследи, как се е променяло количество на превозените товари и извършената превозна работа за периода 2007-2015. В таблица 2 са представени данни за тези два показателя в абсолютни стойности и процентно съотношение спрямо общото количество превозени товари и извършена превозна работа в националната транспортна система.

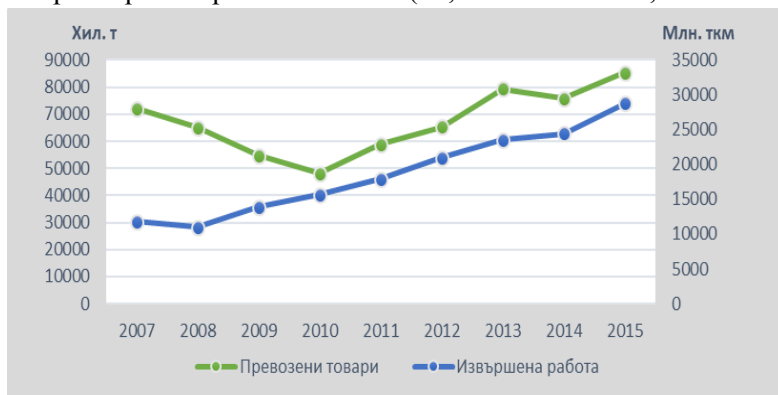
Таблица 2.

Превозени товари и извършена работа от автомобилния транспорт
(2007-2015 г.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Превозени товари (хил. т)	72156	65143	54700	48053	58884	65282	79398	75734	85234
Превозени товари (%)	53,51	52,67	56,37	54,97	58,11	60,91	65,88	66,11	67,92
Извършена работа(млн. ткм)	11795	11027	13871	15641	17943	20994	23530	24455	28742
Извършена работа (%)	12,94	11,63	20,81	31,93	40,33	51,84	65,06	73,66	76,06

Източник: НСИ

През разглеждания период се забелязва първоначално тенденция на сериозен спад на количествата превозени товари с автомобилен транспорт, които достигат до 48053 хил. тона през 2010г. от 72156 хил. тона в началото на периода (2007г). Намалението основно се дължи на същественото негативно въздействие на световната финансова и икономическа криза върху транспортния сектор на страната. Това се доказва и от факта, че въпреки сериозното намаление на количествата превозени товари, автомобилният транспорт запазва и дори леко увеличава своя дял в общото количество превозени товари в транспортната система (53,51%-2007г и 54,97%-2010г).



Фигура 2. Превозени товари и извършена работа от автомобилния товарен транспорт

От 2011 година се забелязва тенденция на значително повишаване на количествата товари превозени с автомобилен транспорт (достигайки до 85234 хил. тона за 2015г.), което се дължи до голяма степен на постепенното излизане от кризата. През тези години се подобриха условията за бизнес и търговия и се повиши икономическата активност на населението в страната.

През разглеждания период автомобилният транспорт спазва трайна тенденция на значително нарастване на извършената от него транспортна работа, като от 11795 млн. ткм достига до 28742 млн. ткм през 2015г.

Заклучение

От осъществения анализ на развитието на товарния автомобилен транспорт в България може да се изведат следните основни изводи:

В условията на еврочленство автомобилният транспорт затвърждава водещата си роля в националната транспортна система.

Предимствата на автомобилния транспорт го правят предпочитан и удобен за потребителите при превоз на товари в условията на пазарна икономика и еврочленство. Автомобилните превози могат да се организират за сравнително кратки срокове и по този начин се адаптират към бързо развиващите се икономически и пазарни условия.

Устойчивото нарастване при търсенето и предлагането на автомобилни транспортни услуги, през разглеждания период, дава основание да се предположи, че и в бъдеще товарният автомобилен транспорт ще запази и утвърди водещото си място в транспортната система на страната.

Използвана литература

1. Николова, Хр. (2010) *Транспортния пазар в България. Състояние и перспективи за развитие*. Университетско издателство „Стопанство“.
2. Гътовски, И. (2012) *Повишаване конкурентоспособността на автомобилния транспорт чрез развитието на националната пътно-шосейна инфраструктура*. Дисертационен труд.
3. Димитров, Г. (2016) *Състояние и тенденции в развитието на транспортния пазар в България*. сп. Механика, Транспорт, Комуникации, бр. 3/1, стр. III-37 – III-42.

ПРОИЗВОДСТВОТО НА ПРОДОВОЛСТВЕНИ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ В УСЛОВИЯТА НА ЧЛЕНСТВО В ЕС: РЕАЛНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВИ

Дарина Тодорова

Институт за икономически изследвания при БАН – София

darinar@abv.bg

Abstract. Production of food products in Bulgaria plays an important role in the economy of the country. It provides resources for the food processing industry, for consumption and export. The focus of the paper is on the production of main food products from agriculture and food processing industry. The environment of this production has changed substantially for the last 10 years under the conditions of Bulgaria's membership in the EU. This necessitates the need to evaluate the actual situation – dimensions, development trends, problems and possibilities of the production to satisfy consumption of main food products, as well as to guarantee the national food security of Bulgaria. The evaluation of changes makes possible to outline directions for the development in the future.

Keywords: production, food products, food security

Въведение

В България има благоприятни природно-климатични условия за отглеждане на различни земеделски култури и за производството на разнообразни продоволствени продукти. Основен източник на продоволствени продукти са селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост. Количеството на произвежданите продукти зависи от състоянието на българската икономика и степента на развитие на селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост. Производството на продоволствени продукти в България осигурява суровини за преработващата промишленост, продукти за

вътрешния пазар и за износ. От това какви продукти се произвеждат и в какви количества до голяма степен зависи националната продоволствена сигурност. През последните десет години, в условията на членство на България в ЕС и във връзка с новите изисквания се промени съществено средата, в която се осъществява производството на продоволствени продукти. Това налага необходимостта да се изследват реалностите в страната по отношение на измерения и тенденции в размера на производството на отделни продукти, да се открият проблеми и да се изведат перспективи за неговото развитие. В изследването се акцентира върху производството на основни продоволствени продукти в селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост, които са важни за производството, потреблението и националната сигурност на страната.

Измерения и проблеми

Изследването обхваща 33 продоволствени продукта, произведени в: селското стопанство - 20 (растениевъдство - 17 и животновъдство - 3) и в хранително-вкусовата промишленост - 13. Съпоставянето на количествените измерения на производството на продоволствени продукти през 2014 г. с тези от началото на членството на България в ЕС през 2007 г. позволява да се направят следните обобщения:

Първо. От 17 продукта в растениевъдството при 9 (52,9%) производството се увеличава - най-много при зърнените култури и при и слънчогледа. Положителна оценка заслужава нарастването на производството на овощните култури (череша, ябълки, праскови, кайсии и сливи), а също така и на десертното грозде. Намалява производството на следните култури, подредени във възходящ ред: фасул - 44,6% от базисното равнище, картофи - 55,2%, винено грозде - 71,5%, пипер - 82,9%, ягоди - 84,7%, домати - 91,3% и краставици - 94,4%. Основната причина е намаляването на площите, заети с тези култури.

Второ. Намалява производството на мляко (92,7%), на месо, в кланично тегло, без месни субпродукти (83,7%) и на яйца (77,3%)

от селското стопанство, резултат преди всичко от намаляване броя на селскостопанските животни.

Трето. Независимо от очертаните промени в количествените измерения на производството, вътрешно-продуктовата му структура остава относително стабилна със запазване на водещото място на пшеницата при зърнените култури, на доматиите - при зеленчуковите култури, на ябълките - при овощните култури и на виненото грозде.

Четвърто. Производството на 6 (46,2%) от продуктите, произведени в хранително-вкусовата промишленост се увеличава. Това са месо, риба и рибни продукти, прясно мляко, сирене, олио, захарни изделия. Намалява производството на колбаси, кисело мляко, кашкавал, хляб и хлебни изделия, зеленчукови консерви, плодови консерви и захар.

Свиването на производството на основни продоволствени продукти извежда на преден план важни проблеми, свързани с:

- намаляване на суровините за преработващата промишленост, ограничаване на ресурсите за вътрешно потребление и за износ;

- възникване на продоволствени дефицити. Част от тях могат да се покриват от производството в домашните стопанства, което е особено важно за хората в селата и в малките градове на България. В условията на свито производство и икономическа криза, с характерните й безработица и ниски доходи, то се превръща в един от основните източници за продоволствено потребление на населението. Но на него следва да се гледа само като на допълнителен източник на продоволствие. Днес част от продоволствените дефицити се покриват от вноса, докато в миналото обект на внос са предимно продукти, за които няма благоприятни природни дадености за отглеждането им в страната.

Възможности на производството да удовлетворява потреблението на продоволствени продукти

За възможностите на производството да удовлетворява потреблението на продоволствени продукти в България може да се съди по показателя "Степен на обвързаност", изчислен като съотношение между произведените и потребените количества продоволствени продукти, получени на основата на средногодишния брой на населението в страната и потреблението на продукти от домакинствата (средно на лице).

През 2007 г. от разгледани 19 продукта от селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост само при 6 продукта произведените количества превишават потребените. Това са кашкавал, олио, зеленчукови консерви, захар, захарни изделия и картофи. При останалите 13 (63,2%) продукта степента на обвързаност е от 24,7% при фасула до 92,9% - при месните произведения.

През 2014 г. намалява броя на продуктите от 6 на 3, при които произведените количества превишават потребените: олио, захар и захарни изделия. При останалите 16 (84,2%) продукта степента на обвързаност е от 3,0% при фасула до 99,3% при месните произведения.

Независимо от посочените положителни неща резултатите от проучването показват, че в сравнение с 2007 г. възможностите за покриване на потребените количества продоволствени продукти от вътрешен ресурс се влошават, което прави България зависима от вноса им.

Перспективи

Перспективите пред производството на продоволствени продукти в България, разгледани в контекста на членството на България в Европейския съюз и на националната продоволствена сигурност следва да се търсят в:

1. Създаване на подходящи условия (икономически, технически, технологични, инфраструктурни и др.) за по-нататъшно нарастване на произведените количества продукти.

2. Като се отчитат благоприятните природно-климатични условия и параметрите на селското стопанство и на хранително-вкусовата промишленост на страната през 70-те години на 20 век следва, че производството трябва да се развива в посока на пълноценно използване на природния и на производствения потенциал, като се гарантира опазване на околната среда на входа и на изхода му.

3. Производството на продоволствени продукти следва да се обвързва както с необходимите ресурси за неговото осъществяване, така и с продоволствените потребности на обществото.

Използвана литература

1. ГРОЗДАНОВА С., Д. РУСЧЕВА, П. ТОДОРОВ, (2015), Продоволственият баланс на България: състояние и тенденции, Изд. Ролл Къмпъни, с. 188.
2. АВРАМОВ П., П. ТОДОРОВ, Д. РУСЧЕВА, (2014), Основни пропорции в българския продоволствен пазар, Изд. Ролл Къмпъни, с. 264.
3. Статистически годишник на България, НСИ.
4. Агростатистически справочник 2000-2014, МЗХ.

Тематично направление

**„ФИРМИ, ПАЗАРИ,
КОНКУРЕНЦИЯ”**

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА КОРПОРАТИВНАТА ОТЧЕТНОСТ

Фаня Филипова

Икономически университет – Варна

fanya_filipova@ue-varna.bg

Abstract. Today there is a clear need for change in the pattern of corporate accountability. This is due to the dramatic changes in the economy, in the social and natural environment, in technology. Restrictions on the world's resources; issues related to environmental protection; social problems and inequality, penetrating every sphere of daily life and business technologies, require a new approach to creating and measuring value in companies. This report briefly analyzes the following issues: how to develop corporate, including financial reporting, and what are its prospects; the concept of integrated reporting and its relationship with the financial statements and the independent financial audit (and in general - with the assurance engagements); corporate reporting and the role of technology and accountants in the future.

Keywords: *corporate reporting, integrating reporting, the future of financial reporting, big data, electronic reports*

През февруари 2013 г. IASB (Бордът за МСС) и IIRC (Международният Комитет за интегрирана отчетност) подписаха меморандум за разбирателство във връзка с развитието на рамката за интегрирана корпоративна отчетност¹. В него изрично са дефинирани сферите на

¹ Много от професионалните организации – членки на IFAC (Международна федерация на счетоводителите) подкрепят идеята за интегрирани отчети, включително и Barry Melancon, изпълнителен директор на AICPA (Американски институт на сертифицираните експерт-счетоводители), който е в ръководството на IIRC (Международен съвет за интегрирано отчетване). IFAC публикува няколко доклада, посветени на въпроса за интегрираните отчети. Освен това, в подкрепа на интегрираната отчетност и то за публичния сектор са CIPFA и Световната банка, които изра-

действие на тези две международни институции, както и взаимното уважение и сътрудничество между тях в посока подобряване на глобалната корпоративна отчетност. Ясно е посочено, че финансовата отчетност, базирана на МСС/МСФО, е основен стълб на корпоративната отчетност. Последната, към която са адресирани интегрираните отчети, следва да представи как компаниите създават стойност – за своите собственици, за персонала, за обществото като цяло; каква е фирмената стратегия, управление, рискове и перспективи на предприятието. Този меморандум за сътрудничество до известна степен успокои заинтересованите кръгове, които продължават да си задават въпроси от вида на:

✓ интегрираните отчети ще заместят ли отчетите, изготвяни съгласно МСС/МСФО;

✓ какво ще се случи с процеса на глобализация на МСС/МСФО;

✓ защо трябва да има два международни органа (IASB и IIRC), които в крайна сметка имат една цел: максимално полезна и разбираема за потребителите информация за цялостната дейност на компаниите, за техните резултати, рискове и перспективи;²

✓ какви са ангажиментите на одиторите относно докладваната информация в интегрираните отчети.

В настоящия доклад се прави опит **накратко да се отговори на горните въпроси, като за целта се коментират следните проблеми:**

1. Как се развива корпоративната, в т.ч. финансовата отчетност, и какви са нейните перспективи.
2. Концепцията за интегрирана отчетност и връзката ѝ с фи-

зват своето мнение в специален доклад: Integrated thinking and reporting. Focusing on value creation in the public sector: An introduction for leaders, 2017, www.cipfa.org.

² Декларираното сътрудничество между тези две международни организации се потвърждава и от факта, че те организират съвместно конференция в Амстердам на 29 - 30 June 2017, на която техните председатели Hans Hoogervorst (IASB) и Richard Howitt (IIRC) редом с останалите участници ще дискутират въпроси, свързани с бъдещето на финансовата отчетност; тенденциите в корпоративната отчетност, електронното отчитане и докладване.

нансовите отчети и независимия финансов одит (и като цяло – с ангажиментите за уверение).

3. Корпоративната отчетност и ролята на технологиите и на счетоводителите за в бъдеще.

Преобладаващ е консенсусът сред професионалните и заинтересованите кръгове, че високо-качествената корпоративна отчетност е основа за стабилното развитие на корпорациите, на финансовите пазари и като цяло – на икономиката. Но, какво да бъде съдържанието на тази отчетност, принципите върху които тя да се изгражда, обемът ѝ, честотата на публикуване, начина на предоставяне и ползване на информацията, са все въпроси, по които има разнопосочни мнения.

Очевидна е и нуждата от промяна в модела на корпоративна отчетност, поради драматичните промени в икономиките, в социалната и природна среда, в технологиите. Ограниченията в световните ресурси; проблемите, свързани с опазването на околната среда; социалните проблеми и неравенството; пронизващите всяка сфера на ежедневиия живот и бизнеса технологии, налагат нов подход към създаването и измерването на стойността в компаниите. Това от своя страна изисква:

- ✓ ясни граници на обхвата на финансовата отчетност и мотивираност при дефиниране на нейните принципи и качествени характеристики;

- ✓ адаптиране към променящите се условия и публичност на бизнес модела на предприятията;

- ✓ ясно дефиниране на редица нефинансови показатели, за които следва да докладват предприятията;

- ✓ институционализиране на единни изисквания за корпоративна отчетност, включваща както финансова, така и нефинансова информация, основаващи се на идеята за цялостен, холистичен, интегриран подход при представяне дейността на предприятието.

Основните критики пред последните години спрямо корпоративната отчетност, най-общо се заключават в:

1. Предприятията изготвят все повече на брой и все по-обемни

отчети, обаче това не подпомага в необходимата степен външните заинтересовани лица, и най-вече доставчиците на капитал (инвеститори и кредитори).

2. Информацията в различните отчети – финансови отчети (годишни и междинни; индивидуални и консолидирани), годишни отчети за дейността (наричани у нас още „статистически отчети“), отчети със специална цел (за КФН, за БНБ и др.), нефинансови декларации, декларации за корпоративно управление, декларации за плащане към правителството, годишно докладване за дейността и т.н., е твърде обемна и необвързана помежду си, поради което потребителите не са в състояние да видят организацията като един цялостен функциониращ организъм – с неговите особености, корпоративно управление, рискове и способност да генерира стойност в близка, средна и по възможност – в далечна перспектива.

3. Степента на доверие към различните отчети е изградена по различен начин: годишните финансови отчети на определен кръг предприятия подлежат на задължителен независим финансов одит с цел повишаване на доверието към тях; одиторите имат определени ангажименти и по отношение докладваната информация от страна на предприятията в част от другите посочени по-горе декларации и отчети. Външните потребители обаче често не са в състояние да преценят докъде в отчетите е границата на увереност, която им дава изразеното одиторско мнение.

4. Достъпът и начинът на ползване на информацията от корпоративните отчети също е различен, което силно затруднява потребителите.

Сериозни критики се отправят към финансовите отчети, че освен твърде обемни (50-100-400 страници)³, те стават все по-сложни и непонятни дори за средно икономически подготвен ползвател. В тях

³ В средата на 90-те години средният обем на годишните финансови отчети на големите публични компании в Западна Европа и САЩ е около 50 стр. Днес отчетите на някои от тях достигат дори 400 стр. Типичен пример за това е ГФО на банка HSBC (6-тата най-голяма публична компания в света през 2014 г.), който за 2016 г. е около 391 стр.!

липсва представянето на информация за редица ресурси – нематериални по своя характер, които днес и за в бъдеще биха били най-значимите двигатели и фактори за създаване на фирмена стойност. Финансовата отчетност е критикувана и заради обективната ѝ ограниченост да генерира нефинансова информация. За последната липсва единна регулативна рамка, и компаниите изчисляват и публикуват най-разнообразни и често несравними помежду си, и дори подвеждащи, нефинансови показатели.

Твърди се, че чрез т. нар. **интегрирани отчети** е възможно да се преодолеят отправяните критики срещу корпоративната, и в т.ч. срещу финансовата отчетност. Защото интегрираните отчети са средство за обединяване на множеството различни публични отчети, които изготвят компаниите, в едно единно цяло, в което се постига обвързаност на всички компоненти в предприятието и докладване за тях през призмата на фирмената стратегия и рискове, както и посредством ясни финансови и нефинансови показатели. Тази нова международна инициатива за корпоративно докладване се подкрепя от множество влиятелни институции като: International Integrated Reporting Council (IIRC), International Accounting Standards Board (IASB), International Federation of Accountants (IFAC), International Organization for standardization (ISO), CDP (formerly the Carbon Disclosure Project), Climate Disclosure Standards Board (CDSB), Financial Accounting Standards Board (FASB), Global Reporting Initiative (GRI) и др.

Изключително важни за разбиране на позициите на Борда за МСС (IASB) относно развитието на корпоративната, и в т.ч. финансовата отчетност, са официалните изказвания на неговия председател Hans Hoogervorst пред различни международни форуми, както и организираните обсъждания, кръгли маси и конференции, които тази влиятелна организация и нейните органи осъществяват. На тях ежегодно Бордът за МСС и заинтересованите среди дискутират проблемите относно бъдещето на корпоративната отчетност. На

проведената на 25.02.2014 г.⁴ среща на Консултативния съвет на Борда участниците ясно заявяват своите позиции относно ролята на Борда за МСС за развитие на глобалната рамка на финансовата отчетност, задачите и предизвикателствата пред него, както и съпричастността му към проблема за развитие на интегрираната отчетност и създаване на интегрирани отчети от страна на компаниите. Изводите, които могат да се направят от изразените мнения по време на тези форуми, както и наблюдението на работата на Борда за МСС през годините, особено през последните 10-тина, са следните:

1. Корпоративната отчетност динамично се развива – като съдържание, структура и начин на предоставяне на информацията на потребителите. Това налага Бордът да работи в тези три направления по отношение на финансовата отчетност, която е сърцевина на корпоративното докладване. По отношение на **съдържанието на финансовите отчети**, важните въпроси и позиции на Борда за МСС са следните:

- Финансовата отчетност има свои изградени от практиката и от здравия разум принципи, които е възможно да се прилагат в своята цялост единствено спрямо дефинираните в обхвата ѝ отчетни обекти. Опитите да се нарушават или пренебрегват общоприетите счетоводни принципи, както и да се включват в обхвата на финансовото счетоводство неоченими надеждно обекти, не водят до по-качествени финансови отчети. Разумният подход за преодоляване на естествените, обективни ограничения на финансовата отчетност е тя да си партнира хармонично с другите видове корпоративна отчетност, които в своята основа ползват финансовата информация, но предоставят главно нефинансова такава. Следователно, единственият начин за задоволяване на разнообразните информационни нужди на потребителите днес и в бъдеще е създаването на **своевременни интегрирани отчети – логично обвързано цяло от финансова и нефинансова информация**. Все още не съществува консенсус дали

⁴ Подобни проблеми се разглеждат и на срещата на IIRC с Европейската федерация на счетоводителите (FEE) на 23.02.2016 г. Темата отново е: „Бъдещето на финансовата отчетност – създаване на динамика за промяна“

тези отчети следва да се институционализират; как да стане това; как и следва ли да бъдат обект на ангажимент за уверение от страна на независимите експерт-счетоводители;

- Изложеното по-горе обяснява оттеглянето на Борда за МСС от идеята за класифициране на фирмените активи, пасиви, приходи, разходи при представянето им в Отчета за финансовото състояние и в Отчета за всеобхватния доход според бизнес модела на предприятието, което в голяма степен влияе и на структурата на финансовите отчети.

По отношение на структурата на финансовите отчети Бордът продължава по работата си за създаване на по-добри правила относно представяне на информацията в основните четири справки (т.е. по-добре структурирана информация); логически по-последователното оповестяване и обвързване на информацията в пояснителните приложения с особеностите в предприятието (бизнес модел, управление и поддържане на капитала, рискове). За целите на по-добрата комуникация с потребителите, той си е поставил като неотложна задача **решаването на въпроса за сложността на финансовите отчети и изясняване приложимостта на принципа „същественост“ от глед. т. на информацията в пояснителните приложения.** По-добрата структура на финансовите отчети освен разбираемостта на информацията, би подобрила нейния задълбочен анализ, както и междуфирмените сравнения. Важно е да се отбележи, че разбирането на Борда за МСС е, че именно чрез интегрираните отчети се постига **по-добра структура** (а не някакво ново съдържание!) при представяне и оповестяване на информацията в корпоративните отчети. **Това означава, че интегрираните отчети не променят съдържанието на финансовите отчети, а начина, по който това съдържание се обвързва с останалата – основно – нефинансова корпоративна информация.** Това обяснява и сътрудничеството между двата органа, работещи в коментираните сфери – Борда за МСС и Международния Съвет за Интегрирана отчетност.

По отношение формата и начина на предоставяне на информацията във финансовите отчети разбирането на Борда за

МСС е, че различните потребители имат различни изисквания. Едни се нуждаят от всички компоненти на финансовия отчет, а други от негови отделни части. Но, това, което е общо за всички е, че техническият формат на представяне на финансовите отчети трябва да позволява на потребителите да ползват и обработват (според своите желания и нужди) данните в тях. А също и дава възможност компаниите да получават обратна информация към коя част от отчета ползвателите имат най-голям интерес. Затова и ежегодно Бордът за МСС актуализира своето ръководство относно електронния формат на отчетите, изготвени съгласно МСС/МСФО (**Guide to Understanding the IFRS® Taxonomy Update**). IFRS Taxonomy е класификационна система относно оповестяването съгласно МСФО, в която се използва XBRL (eXtensible Business Reporting Language). XBRL е безплатен глобален стандарт за обозначаване и обмен на бизнес информация. Електронните отчети със стандарти за открит достъп (XBRL) са посоката, в която се развива начинът за публикуване на корпоративните отчети. Това дава възможност за бързо, удобно селектиране на необходимата информация и последващата ѝ обработка от ползвателите. Нагледност на данните чрез таблици, графики и изображения в лесно достъпен формат, е водеща тенденция в корпоративната публична отчетност, която за в бъдеще ще се разраства.

Основните тенденции в развитието на корпоративната отчетност днес и занапред могат да се обобщят така:

1. Компаниите ще се стремят много по-често, текущо, постоянно, а не периодично, да предоставят финансова и нефинансова информация за своето развитие и дейност. Автоматизацията и технологиите в голяма степен ще подпомагат този процес. Успешното му реализиране обаче е свързано с подобряване и оптимизиране правилата за изготвяне на междинните финансови отчети. Освен това все повече компаниите ще използват социалните медии и интернет сайтовете си за оповестяване на информация, свързана с дейността им. Много съществена става и ролята на различните показатели за измерване резултатите от дейността, което налага регулиране, яснота и

възможност за сравнимост при тяхното изчисляване.

2. Потребителите, ползвателите на данни и информация от корпоративната отчетност ще стават все по-многобройни, с най-различни информационни потребности и все по-висока пазарна култура. Освен от публичната корпоративна отчетност, те ще черпят информация за съответната компания и от социалните мрежи; от различните регулации и действия на съответните органи; от данни, извлечени от конкурентни компании; от социалните настроения, тенденции и от потребителското поведение. Цялата тази пъстра палитра от данни и информация, известна като Big Data, налага задълбочаване и развитие на методите за нейното събиране, обработка и анализ.

Актуалният отговор на счетоводителите относно нарастващите информационни нужди на потребителите днес е „Интегрираната отчетност”/Integrating Reporting/ и свързаната с нея концепция за устойчиво развитие на компаниите и създаване на добавена стойност /Sustainability Reporting/. Това е ново направление в корпоративната отчетност, за което по-активно се заговори от 2009 г. насам. Водеща причина за неговата поява е нарасналата критика към информацията от финансовите отчети и недоволството на обществото, инвеститорите и останалите заинтересовани лица от съществуващата информационна асиметрия. В момента около 1500 глобални компании по света изготвят интегрирани отчети като например Coca Cola (САЩ), The Crown Estate (Великобритания), SAP (Германия), Novo Nordisk (Дания), Пристанището на Ротердам (Холандия), Natura (Бразилия) и др. Сред счетоводно-одиторските фирми такива отчети публикуват през последните 1-2 години KPMG, Deloitte, EYoung, Grant Thornton, а сред професионалните счетоводни организации - ACCA, CIMA, SAICA, CPA Austria, IIRC.

Интегрираният отчет не замества финансовия отчет, а го допълва, най-вече по отношение на нефинансовата информация. Той би заместил доклада на ръководството (доклада за дейността), управленския коментар. Подходите за създаване на интегрирана корпоративна отчетност са главно два:

1. Към финансовия отчет да се добави допълнителна информация, за да се получи цялостно (холистично) представяне на дейността на компанията, в т.ч. и от глед.т. на нейните социални ангажименти, и тези, свързани с опазване на околната среда. Доколкото тази допълнителна информация е свързана и с данни от финансовия отчет, следва да има съответното рефериране към него.

2. Преконструиране на целия единен отчет, така че той да изпълнява всички маркирани в 1. функции. Подобна беше идеята в първия вариант за ревизия на Концептуалната рамка към МСС/МСФО (2010 г.), която бе съвместен проект между IASB и FASB (Американския борд за финансово-счетоводни стандарти), но по-късно той не постига консенсус.

Развитието на корпоративната отчетност довежда до значими промени в счетоводната професия, към което университетите и професионалните организации следва бързо да се адаптират и подготвят. Най-важните сред тях са следните:

1. Все по-утвърждаваща се глобализация на стандартите за корпоративната отчетност. Това налага изучаване на тези стандарти (Международни стандарти за финансови отчети, Международни одиторски стандарти, Международни стандарти за отчетността в публичния сектор, Глобална концептуална рамка за интегрирани отчети, Международни оценителски стандарти и др.)

2. Нарастващо регулиране на корпоративната отчетност. Това налага задълбочено изучаване и познаване на търговското законодателство, в т.ч. регулирането на банковите, застрахователните, инвестиционните и други предприятия от финансово-кредитния сектор; регулирането дейността и публичността на листваните на фондовите борси дружества; финансовия надзор, в т.ч. надзора над регистрираните одитори.

3. Решаващата роля на дигиталните технологии за създаване, предоставяне, обработка и анализ на информацията от корпоративните отчети. Това изисква много задълбочена подготовка на бъдещите специалисти – счетоводители, икономисти в областта на дигиталните технологии и тяхното използване при анализа както на ин-

формацията от индивидуалната корпоративната отчетност, така и на големи бази данни.

Интелигентните софтуеърни системи, включително облачните технологии, все повече ще водят до аутсорсинг на счетоводни услуги, включително в други държави (Индия, Китай). Това в още по-голяма степен ще засили процесите на мобилност на технически и професионални услуги. Все повече ще се използват социалните медии както за целите на алтернативната отчетност, така и за събиране и анализиране на големи бази данни (Big Data).

Нарастващото регулиране на отчетността и одита е в отговор на зачестилите случаи на публикуване на недостоверна информация, на избягване от данъчно облагане, включително чрез трансферно ценообразуване, на прането на мръсни пари, на кибер измамите.

Редом с икономическите, все по-нарастваща нужда от публично достъпна информация имат социалните и екологичните въпроси, с които се сблъскват компаниите в хода на своята дейност. Това налага **новия подход за корпоративно докладване – изготвяне на интегрирани отчети**. Последните изискват обединените усилия на различни специалисти в компанията, като счетоводителите са основните генератори и координатори на информацията, представена в тези отчети. А за регистрираните одитори това е сериозна стъпка към разширяване на техните ангажименти и отговорности при докладване относно достоверността на така представената информация.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Любовь Петрова, Юлия Финогенова

Российский экономический университет

„В. Плеханова” – Москва

nad8303@yandex.ru

Abstract: The article describes the relationship and influence of different factor variables on alcohol consumption in Russia. There was prepared the short-term forecast of alcohol's consumption based on two selected factors by using the regression function of consumption and an adequate econometric model.

Keywords: *Alcohol, factor variables, regression model, forecast.*

В настоящее время потребление алкоголя является острой проблемой во всем мире.

Согласно официальным данным Росстата РФ, доля расходов на алкоголь в последние годы стабильная и достаточно высокая, и, в 2015 году составила 1,7% от совокупных потребительских расходов домохозяйств. При этом домохозяйства с наименьшими располагаемыми ресурсами тратят на алкогольную продукцию меньше всех – 1,4%, от общих потребительских расходов, домохозяйства же с наибольшими располагаемыми ресурсами тратят 1,8%. Последствия от употребления алкоголя принимают различные формы, включая материальные издержки, которые могут быть прямыми и косвенными. Под прямыми издержками понимаются расходы, необходимые для лечения пациента или для реализации профилактических мер. Косвенные издержки отражают стоимость экономических ресурсов, потерянных из-за временной нетрудоспособности или для реализации профилактических мер.

Оценка эффективности мер антиалкогольной политики в РФ требует особого внимания при разработке и проведении федеральных реформ на всей территории страны.

Для того, чтобы снизить отрицательные последствия употребления алкоголя для общества, то есть определить *факторы*, которые влияют на решение индивида о потреблении и неупотреблении алкоголя, исследуем связь и влияние различных факторов на потребление алкоголя на основе данных Федеральной службы Государственной статистики по 78 регионам РФ за 2002–2015 гг. *Результурующей переменной* будет:

Y – расходы на алкогольные напитки на душу населения в литрах.

Факторных переменных шесть:

X₁ – *численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума* (в процентах от общей численности населения). Эта переменная характеризует общее социально-экономическое положение и расслоение населения в регионе.

X₂ – *реальная начисленная заработная плата*. Рассчитывается как отношение номинальной начисленной заработной платы к среднегодовому индексу потребительских цен. Эта переменная показывает общую покупательную способность, материальное состояние населения в регионе и уровень жизни.

X₃ – *уровень безработицы* в процентах, характеризует экономическую ситуацию в регионе.

X₄ – *соотношение браков и разводов*, т.е. количество разводов на 1000 браков. Данная переменная характеризует степень культурного развития общества: чем меньше этот показатель, тем общество более традиционное.

X₅ – *число зарегистрированных преступлений на 100тыс. человек*. Эта переменная включена в анализ, т.к. в большинстве случаев алкоголь и преступления тесно связаны.

X₆ – *общая площадь жилых помещений, приходящаяся на одного жителя в кв. метрах*. В целом показатель характеризует уровень жизни населения.

Исходный временной ряд потребления алкоголя за 14 лет, с 2002–2015 годы, был проверен на нормальный закон распределения. Для этого были рассчитаны необходимые показатели: мода, медиана, среднее значение расходов на алкогольные напитки, коэффициенты эксцесса и асимметрии. Для данного факторного анализа их значения таковы: $M_0=1,5$; $M_e=1,7$; $\bar{Y}=1,594$; $K_{\text{эксцесса}}=1,594$; $K_{\text{асимметрии}}=-0,57$.

Для исследования влияния различных факторных переменных на потребление алкоголя использован *корреляционный и регрессионный анализ*.

В *корреляционном анализе* для определения степени связи между переменными на потребление алкоголя рассчитаны парные, частные коэффициенты корреляции, коэффициент множественной корреляции.

Значимость парных и частных коэффициентов проверялась при помощи интервальной оценки, используя *Z – преобразование Фишера*.

$$Z = \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+r}{1-r}\right) \quad (1)$$

Стандартная ошибка среднего

$$SE = \frac{1}{\sqrt{n-3}} \quad (2)$$

Двусторонний интервал: $Z_i = Z - Z_1 - \frac{\alpha}{2} \cdot SE$; $Z_u = Z + Z_1 - \frac{\alpha}{2} \cdot SE$.

При $\alpha = 5\%$ и $SE = \frac{1}{\sqrt{n-3}}$ получаем интервал

$$CI_z = \left(Z - 1,96 \cdot \frac{1}{\sqrt{n-3}} ; Z + 1,96 \cdot \frac{1}{\sqrt{n-3}} \right).$$

По этому же принципу строится интервальная оценка для частных коэффициентов корреляции.

Сравним рассчитанные парные и частные коэффициенты корреляции.

Таблица 1.

Парные и частные коэффициенты корреляции

	r_1	r_2	r_3	r_4	r_5	r_6
г парный	-0,015	-0,041	-0,093	0,27	0,295	0,021
г частный	-0,043	-0,249	-0,102	0,203	0,243	-0,105

Парные незначимые коэффициенты (r_1, r_2, r_3, r_6) по модулю меньше, чем частные, следовательно, остальные переменные в модели каждый раз ослабляли связь между результирующими и факторными показателями. Причем, r_2 они ослабляли сильнее всего, но те коэффициенты, которые были значимы из отдельных расчетов корреляционного анализа (r_4, r_5) стали меньше, то есть все остальные переменные усилили их связь с результирующей переменной.

Таким образом, с вероятностью ошибки 5% можно утверждать, что, во-первых, потребление алкоголя связано с уровнем преступности в регионе, во-вторых, не связано с реальной заработной платой. Первую зависимость можно объяснить тем, что алкоголь в отдельных случаях является причиной преступности, а вторую зависимость тем, что при увеличении реальной заработной платы, увеличивается доля расходов на непродовольственные товары и растет доля сбережений, соответственно доля расходов на алкоголь падает. Остальные факторы (r_1, r_2, r_3, r_6) не показали значимой взаимосвязи с расходами на алкоголь.

Коэффициент множественной корреляции показывает тесноту связи между результирующей переменной и многомерным массивом из остальных переменных.

$$r_y / x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6 = \sqrt{1 - \frac{|R|}{R_{11}}}, \quad (3)$$

где $|R|$ – определитель матрицы частных коэффициентов корреляции и R_{11} – алгебраическое дополнение элемента r_{11} корреляционной матрицы.

$$|R| = 0,1; R_{11} = 0,1225; r_y / x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6 = 0,428.$$

Проверка на значимость: $F_{набл} = 8,413 > F_{кр} = 0,052$.

Коэффициент множественной корреляции значим и равен 0,428. Следовательно, расходы на алкоголь тесно зависят от всех

выбранных для этого анализа шести переменных, которые с разных сторон характеризуют уровень жизни в регионе.

В *регрессионном анализе* рассмотрены возможности использования для расчетов прогноза уровня потребления алкоголя в зависимости от факторных переменных линейной и квадратичной моделей методом пошагового исключения переменных. Суть этого метода в том, что сначала рассчитывается уравнение регрессии, с использованием всех факторных переменных, после чего исключаем одну самую незначимую, а затем пересчитываем уравнение заново, до тех пор, пока все переменные не будут значимыми с определенной ошибкой вероятности.

В регрессионном анализе было принято решение взять уровень значимости $\alpha=0,1$.

Линейная модель

$$\hat{Y}=0,757-0,000016_{(-1,871)}x_2+0,001_{(2,285)}x_4+0,197_{(2,46)}x_5 \quad (4)$$

Данная модель показывает зависимость средней по России доли расходов на алкоголь среди расходов на конечное потребление от реальной заработной платы, соотношения браков и разводов и уровня преступности в регионе. Так как коэффициент *детерминации* равен 0,164 и меньше, чем 0,5, поэтому можно отметить, что на потребление алкоголя влияют результирующие признаки переменных, неучтенные в линейной модели.

Квадратичная модель

$$\hat{Y}=0,0997 \cdot x_4^{0,401} \cdot x_5^{0,286} \quad (5)$$

Квадратичная модель проще, в ней меньше переменных и больше коэффициент детерминации, который равен 0,267, значит, что эта модель отражает реальные данные точнее линейной модели. У квадратичной модели прогнозные качества выше, чем у линейной модели, то есть допустимая относительная ошибка прогноза, равная 5% в два раза меньше чем у линейной модели со значением 9,5%.

Следовательно, можно сделать вывод что **квадратичная модель является оптимальной** для прогнозных расчетов.

Краткосрочный прогноз потребления алкоголя в РФ по временному ряду.

Прогноз строится на основе данных потребления алкоголя в РФ за 2002-2015 годы для двух отобранных факторов: соотношение браков и разводов x_4 , уровня преступности x_5 . Для каждой переменной решается задача выбора наиболее адекватной из следующих *эконометрических моделей*:

1. Линейная $\hat{Y}_x = a + b \cdot x$
2. Квадратичная $\hat{Y}_x = b_0 + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2^2$

Адекватность определяется по результатам проверки значимости коэффициентов регрессии, а также по величине относительной ошибки аппроксимации.

Сравним построенные модели по индексу детерминации, критерию Фишера и средней ошибки аппроксимации.

Таблица 2.

Сводная таблица аппроксимации ряда для факторной переменной x_4

Модель	Индекс детерминации R^2_{xy}	Критерий Фишера $F_{\text{факт.}}$	Критерий Фишера $F_{\text{табл.}}$	Сводная ошибка аппроксимации %
Линейная $\hat{Y}_x = a + b \cdot x$	0,634	20,752	4,747	6,18
Квадратичная $\hat{Y}_x = b_0 + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2^2$	0,696	12,575	3,982	5,28

По показателям качества модели целесообразно использовать квадратичную модель. Найдем *прогнозные значения* результирующего фактора \bar{Y}_p по количеству разводов на 1000 браков в 2016 году.

$$\bar{Y}_p = 822,71 - 40,17 \cdot 15 + 1,52 \cdot 225 = 562,17 \quad (6)$$

Таким образом, на 1000 зарегистрированных браков в 2016 году приходится 562 развода.

Анализ временного ряда для второй факторной переменной x_5 показал, что для ее прогноза целесообразно использовать значения x_5 за 7 лет с 2009-2015 год.

Найдем *прогнозные значения* результирующего фактора \bar{Y}_p за 2016г., то есть количество зарегистрированных преступлений на 100 тыс. человек населения.

$$\bar{Y}_p = 3000,73 - 308,9 \cdot 9 + 15,87 \cdot 81 = 1506,5 \quad (7)$$

Таким образом, на 100 тыс. человек населения в 2016 г. будет приходится 1506 совершенных преступлений.

Прогноз потребления алкоголя с помощью факторной регрессионной модели.

Анализируется потребление алкоголя от двух факторных переменных x_4 x_5 за 2002-2015г., т.е за 14 лет.

Подберем наиболее адекватную регрессионную функцию.

Таблица 3.

Сводная таблица построенных регрессионных моделей

Модель	Индекс детерминации R^2_{xy}	Критерий Фишера $F_{факт.}$	Критерий Фишера $F_{табл.}$	Сводная ошибка аппроксимации %
Линейная $\hat{Y}_{xz}=a+ b_1 \cdot x_1+ b_2 \cdot x_2$	0,913	27,638	3,982	5,78
Квадратичная $\hat{Y}_x=b_0+ b_1 \cdot x_1+ b_2 \cdot x_2^2+b_3 \cdot x_1^2+b_4 \cdot x_2^2$	0,933	15,032	3,633	4,67

Из таблицы следует, что лучшие показатели адекватности имеет квадратичная модель. Найдем *прогнозные значения* результирующего фактора \hat{Y}_p за 2016г., т.е потребление алкоголя на душу населения за 2016г.

$$\hat{Y}_p=-20,216+0,028 \cdot 562,17+0,016 \cdot 1507,5-0,9 \cdot 10^{-5} \cdot 3106035-0,3 \cdot 10^{-5} \cdot 2269542=9,03 \quad (8)$$

Таким образом, *прогнозные значения потребления алкоголя на душу населения за 2016 год составляет 9,03 литра*. Полученный результат на 0,5 литра больше показателя потребления алкоголя за 2016 г., однако значительно ниже этого же показателя в среднем за 14 лет.

Прогнозные расчеты на потребление алкоголя населением РФ выявили, что основными факторами потребления алкоголя являются соотношение браков и разводов и уровень преступности в регионе.

Литература

1. www.finexpert.ru
2. www.gks.ru
3. www.economy.gov.ru

ПРОБЛЕМИ ПРИ РЕГУЛИРАНЕТО НА ГРУПОВОТО ФИНАНСИРАНЕ СЪС СОБСТВЕН КАПИТАЛ

Димитър Рафаилов

Икономически университет – Варна

d.rafaailov@ue-varna.bg

Abstract. Providing financing to startup companies stimulates innovation in economy. In this context, equity crowdfunding is very important financial instrument, providing funds for the riskiest investments such as new technologies, products and processes. Equity crowdfunding has some drawbacks and potential risks for investors, and overcoming these problems and diminishing the risks requires efficient regulation. The adequate regulations include standards and requirements to crowdfunding platforms and rules to investor's access in order to limit potential losses. Regulation needs to be unified in the European Union in order to facilitate cross-border crowdfunding.

Keywords: *entrepreneurial finance, equity crowdfunding, regulation*

Въведение

Груповото финансиране, известно още като колективно финансиране, споделено финансиране или краудфъндинг (crowdfunding) има значителен потенциал за осигуряване на капитал, особено на малки и средни компании, които имат затруднен достъп до традиционните форми на финансиране. Значителен проблем на новостартиращите фирми е набирането на собствен капитал и платформите за групово финансиране със собствен капитал са важна алтернатива за попълване на недостига от средства (funding gap) в началната фаза на тяхното развитие.

Целта на настоящия доклад е да анализира възможностите за насърчаване на позитивните ефекти и ограничаване на недостатъците на груповото финансиране със собствен капитал чрез въвеждането и прилагането на система от подходящи регулации. В тази връзка

обект на изследване е груповото финансиране със собствен капитал, което може да се определи като осигуряване на средства чрез продажба на дялове или акции на голяма група предимно дребни и непрофесионални инвеститори чрез онлайн платформа в интернет.

Груповото финансиране със собствен капитал е от съществено значение за насърчаване на иновациите в икономиката, защото осигурява на стартъп фирмите средства за финансиране на техните високорискови инвестиции в нови технологии, продукти и процеси. Значимостта на груповото финансиране се отчита и от Европейския парламент, който в своя резолюция подчертава потенциала на иновативното пазарно базирано финансиране, по-специално възможностите на финансовите технологии, включително груповото финансиране и колективното кредитиране, и акцентира върху необходимостта от подобряване на съответните регулаторни изисквания (Резолюция на Европейския парламент от 19 януари 2016 г.). Основните предимства за компаниите, които ползват групово финансиране са: постигане на по-ниска цена на финансиране в сравнение с традиционните механизми на финансово посредничество (Agrawal et al., 2014); получаване на допълнителна информация и обратна връзка за бизнеса и предлаганите продукти, както и тяхното популяризиране (Agrawal et al., 2014; Belleflamme et al., 2013); достъп до финансиране в ранните фази от развитие на компаниите, което е с критично значение (Nemet, 2011); бързина и лесен достъп до финансиране, както и по-малко ограничения за бизнеса (Macht & Weatherston, 2014); отправяне на позитивен сигнал и получаване на информация чрез „мъдростта на тълпата“ (wisdom of the crowd) (Surowiecki, 2004; Hienerth & Riar, 2013).

Необходимост от регулиране

Груповото финансиране със собствен капитал е свързано и с редица проблеми, които могат да ограничат неговият потенциал и са в основата на необходимостта от регулации. Основните специфични рискове и проблеми са в следните направления:

- 1) Недостатъчна информация и неблагоприятен избор (adverse

selection) – това е основен проблем, защото чрез груповото финансиране се набира капитал за стартиращи бизнеси и иновационни проекти, за които информацията е ограничена. Ако инвеститорите не разполагат с достатъчно информация, това ще доведе до познатия „лимонен проблем“ и отблъскване на най-перспективните компании (Akerloff, 1970; Dorff, 2014). В допълнение този тип информационна асиметрия улеснява и възможностите от злоупотреби и измами.

2) Риск от измами (вкл. морален риск (moral hazard)) – изразява се във възможността набраните чрез груповото финансиране средства да се отклонят за други цели и да не се инвестират в обявените проекти (Hazen, 2012; Valanciene, Jegeleviciute, 2013). Този риск се утежнява от факта, че при груповото финансиране голяма част от инвеститорите са непрофесионални.

3) Пране на пари, финансиране на тероризма и злоупотреба с лични данни – тези рискове произтичат от факта, че финансирането се набира през интернет, което затруднява да се идентифицират инвеститорите и платформите, както и техните мотиви (Kirby, Wornet, 2014). Проблемът се задълбочава и от големия брой участващи лица и тяхната географска разпръснатост.

4) Разкриване на поверителна информация и нарушаване на интелектуална собственост – публичното набиране на средства за даден проект в интернет изисква разкриване на информация, което крие опасност от кражба на идеята и копирането ѝ от други. Това ограничава и възможностите за защита на интелектуалната собственост и поставя фирмата в по-слабо положение при преговорите с бъдещи инвеститори и доставчици (Agrawal et al., 2014; O'Connor, 2014).

5) Липса на квалификация и ирационално поведение на инвеститорите – тъй като при груповото финансиране повечето от инвеститорите са непрофесионални, те нямат знанията и уменията за да направят задълбочено проучване на ползите и рисковете от проектите. Неправилната оценка се задълбочава и от това, че „тълпата“ от инвеститори може да се влияе от ирационални мотиви и настроения (т. нар. стадно поведение (herd behaviour) (Wilson, Testoni, 2014;

Kirby, Worner, 2014). Това може да доведе до инвестиране в губещи и отхвърляне на печеливши проекти. Другият негативен ефект е, че неквалифицираните инвеститори могат да не оценят правилно рисковете, да не диверсифицират своите портфейли и така да загубят голяма част от богатството си.

6) Конфликти на интереси – при груповото финансиране се срещат интересите на компаниите, инвеститорите и платформите, които могат да си противоречат. Например много от платформите събират такси на базата на успешно завършена кампания за финансиране и не отчитат какъв е доходът от проекта. Това не ги стимулира да селектират само добри проекти, което ощетява потенциалните инвеститори. Конфликти на интереси възникват и когато собствениците на платформите инвестират в проекти, търсещи финансиране на тях, при участие на информирани инвеститори и други (European Commission, 2016).

7) Операционен риск и фалит на онлайн платформата – тъй като основаната част от дейностите по груповото финансиране се извършват чрез онлайн платформа, всяко нейно спиране ще прекъсне процесите и ще ощети участниците. Тези рисковете се утежняват от факта, че платформите са изложени на потенциални кибератаки (Kirby, Worner, 2014).

8) Липса на вторична търговия – финансовите инструменти при груповото финансиране не се търгуват на организирани вторични пазари, което създава значителен ликвиден риск и невъзможност за изход от инвестицията (Kirby, Worner, 2014; Wilson, Testoni, 2014). Това може да доведе до значителни или пълни загуби за инвеститорите.

Част от описаните проблеми могат да се решат с пазарни механизми, защото участниците в процеса имат стимули за това. За редица от тях обаче пазарният механизъм би блокирал, което налага приемането на специфични регулации чрез съответни нормативни актове. Типичен пример са проблемите с информационната асиметрия и разкриването на информация; измамите, прането на пари и злоупотребата с лична информация; уреждането на конфликтите на

интереси.

Възможни регулации

Макар и сравнително нов феномен груповото финансиране със собствен капитал е обект на регулиране във все повече страни. Пример за това са САЩ, Канада, Израел, Нова Зеландия и др. Макар, че няма обща регулация на ниво Европейски съюз, редица страни-членки, като Австрия, Белгия, Испания, Финландия, Франция, Великобритания, Италия, Германия, Португалия също са приели специфични регулации за груповото финансиране със собствен капитал. Обобщение на съществуващите практики при регулирането е направено в таблица 1:

Таблица 1.

Регулации на груповото финансиране със собствен капитал

Регулации	Особености
Разрешение (лицензия) или регистрация за извършване на дейност от платформите	Платформите за групово финансиране трябва да получат разрешение от регулиращ орган. Друг вариант е само изискване за регистрация.
Изискване за минимален капитал на платформите	Платформите трябва да притежават минимална сума капитал (обикновено между 50 000 и 120 000 евро). Може да не се изисква, ако е налице застраховка „Професионална отговорност“.
Застраховка „Професионална отговорност“	Застраховка, която покрива щети, нанесени в резултат от дейността на платформата.
Професионални изисквания към платформата	Лицата, които управляват и работят за платформата, трябва да притежават професионални знания, умения, квалификация. Платформата трябва да притежава необходимите ресурси.
Разкриване на информация от платформата	Информация за: оператора на платформата; неговите услуги и как могат да се ползват; таксите; данъчното облагане и др. Изрично трябва да се предоставя информация за рисковете, които се поемат от инвеститорите.
Ограничаване на предлаганите услуги	Определят се какви услуги могат да предоставят платформите (напр. приемане и изпълнение на поръчки за сделки; инвестиционни съвети и др.)

**VIII МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ
„ИКОНОМИКАТА В ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ СВЯТ – НАЦИОНАЛНИ,
РЕГИОНАЛНИ И ГЛОБАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ" (ИПС-2017),
12 МАЙ 2017 г., ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА, БЪЛГАРИЯ**

Регулиране на използваните финансови инструменти	Определят се типовете и характеристиките на финансовите инструменти, които могат да се предлагат чрез платформата (напр. обикновени акции, дялове, конвертируеми инструменти и др.)
Задължително проучване на клиентите (Know-your-Customer)	Не се допуска анонимност на емитентите и инвеститорите – платформата трябва да установява тяхната идентичност. При необходимост разграничаване на идентифицирани и невалифицирани инвеститори. Прилагане на правилата против изпирането на пари, финансирането на тероризма и злоупотреба с личните данни.
Ограничения в размера на инвестираните суми	Определяне на максимална сума, която може да вложи един инвеститор за една година (най-често между 1000 и 10000 евро). Определяне на максималната сума, която може да се вложи в един проект от един инвеститор (обикновено между 500 и 10000 евро). Обикновено за квалифицираните инвеститори няма ограничения.
Ограничения в размера на емисиите и финансирането	Определя се максимален размер на емисията чрез платформата (обикновено между 300 хил. и 5 млн. евро).
Разкриване на информация от емитента	Обикновено емитентите се освобождават от публикуване на пълен проспект, но се задължават да публикуват минимална информация за себе си, финансирания проект и емитираните инструменти. Възможно е публикуването на информацията да става чрез стандартизирани форми. Задължително трябва да има информация за потенциалните рискове за инвеститорите.
Проучване на проектите и емитентите	Изискване към платформата да извърши проверка на емитентите и предлаганите от тях проекти, преди да бъдат обявени. Обикновено платформите трябва да проверяват дали емитентите са представили информацията, която законът изисква.
Уреждане на конфликтите на интереси	Платформата трябва да осигури механизъм за предотвратяване на конфликтът на интереси. Потенциалните конфликти трябва да се идентифицират и да се предприемат мерки за избягването им. Операторите на платформите не могат да емитират свои ценни книжа на тях. Операторите могат да инвестират в проекти чрез своите платформи само ограничени суми.

Източник: Собствено обобщение на автора

Препоръки за ефективно регулиране

Описаните регулации обобщават различните възможности, но трябва да се внимава с тяхното приложение, защото това може да наложи твърде висока тежест на участниците в груповото финансиране и така да го ограничи (Hazen, 2012). От тази гледна точка могат да се изведат следните препоръки за по-ефективно регулиране:

- Разрешенията или регистрациите на платформите за групово финансиране трябва да са максимално улеснени. Те трябва да се дават на базата на конкретни и малко на брой изисквания за наличие на финансови, организационни, технически и човешки ресурси. За по-малки платформи може да се приложи облекчен режим – например само регистрация.

- Изискванията за минимален капитал не трябва да са високи, защото ограничават достъпа на нови платформи. За предпочитане е като алтернатива да се ползват застраховки „Професионална отговорност“.

- Не трябва да се допуска анонимност на лицата, които управляват платформата, както и тези, които ползват нейните услуги (емитенти и инвеститори).

- Не трябва да се допускат сложни финансови инструменти (напр. варанти, конвертируеми облигации и други инструменти с вградени опции). Такива инструменти крият рискове, които може да не се разберат от непрофесионалните инвеститори. От друга страна не е подходящо да се посочват само определени типове финансови инструменти, които могат да се ползват на платформите, защото това ще ограничи избора.

- Задължително да се изисква декларация от инвеститорите, че са запознати с рисковете и възможните загуби, като по този начин ще се избегнат бъдещи техни претенции и ще бъдат стимулирани да се запознаят по-внимателно с информацията за отделните проекти.

- Ограниченията върху инвестираните суми трябва да се базира върху ясно разграничение на квалифицираните от неквалифицираните инвеститори. Разграничението трябва да се базира на конкретни критерии за правен статус, дейност, доход и богатство, като фи-

зическите лица да попълват и въпросник. За квалифицираните инвеститори не са необходими ограничения, а за неквалифицираните трябва да се въведе максимална сума, която едно лице може да инвестира в един проект. Същевременно ограниченията за обща инвестирана сума не са ефективни, защото могат да ограничат диверсификацията и да създадат допълнителни разходи по прилагането.

- Не трябва да се въвеждат много нисък таван за размера на набираните чрез платформите суми. Ограничението от 5 млн. евро (съгласно европейските регулации за проспектите) е подходящо, като за по-малките емисии (например до 1 млн. евро) да се предвиди облекчен режим за разпространяване на информация.

- Разкриването на информация за емитентите и финансираните проекти трябва да става чрез стандартизирани форми, които са ясни и разбираеми за инвеститорите. По-възможност те трябва да са кратки, тъй като твърде подробната информация ще затрудни както емитентите, така и непрофесионалните инвеститори.

- Необходими са промени и в търговското законодателство за да се позволи създаването и функционирането с ниски разходи на фирми, които ползват групово финансиране със собствен капитал. По-конкретно трябва да се въведат някои от характеристиките на публичните компании при непублични такива, най-вече тези свързани с набирането на допълнителен капитал.

Заклучение

Груповото финансиране със собствен капитал има голям възможности за осигуряване на средства за иновациите, но за да се разкрие напълно този потенциал, е необходимо адекватно регулиране. В тази връзка специфично регулиране трябва да се въведе и за България, тъй като в момента такова липсва. В дългосрочен план обаче регулациите в отделните страни на ЕС не са ефективни с оглед трансграничната природа на груповото финансиране. Това налага да се разработи и приеме унифицирано регулиране в целия ЕС, което ще позволи на европейските платформи да разширят значително мащаба на своята дейност в рамките на единния капиталов пазар на съюза

и да бъдат силни конкуренти на глобалната сцена.

Използвана литература

1. Резолюция на Европейския парламент от 19 януари 2016 г. Равносметка и предизвикателства във връзка с Регламента за финансовите услуги в ЕС (P8_TA(2016)0006). [Online] Available from: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0006+0+DOC+XML+V0//BG> [Accessed: 30/11/2016].
2. AGRAWAL, A., CATALINI, C., and GOLDFARB, A. (2014) Some Simple Economics of Crowdfunding. –In: *Innovation Policy and the Economy, Volume 14 (2014)*. p. 63-97. [Online] University of Chicago Press. Available from: <http://www.nber.org/chapters/c12946> [Accessed: 2/12/2016].
3. AKERLOF, G. (1970) The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*. 84 (3), p. 488-500.
4. BELLEFLAMME, P., LAMBERT, T., & SCHWIENBACHER, A. (2013) Individual Crowdfunding Practices. *Venture Capital*. 15(4), p. 313-333.
5. DORFF, M. (2014) The Siren Call of Equity Crowdfunding. *Journal of Corporation Law*. 39(3), p. 493-524.
6. EUROPEAN COMMISSION. (2016) Crowdfunding in the EU Capital Markets Union. Commission staff working document. [Online] Available from: https://ec.europa.eu/info/system/files/crowdfunding-report-03052016_en.pdf [Accessed: 7/02/2017]
7. HAZEN, T. (2012) Crowdfunding or Fraudfunding? Social Networks and the Securities Laws –Why the Specially Tailored Exemption Must Be Conditioned on Meaningful Disclosure. *North Carolina Law Review*. 90(5), p. 1735-1769.
8. HEMER, J. (2011) A Snapshot on Crowdfunding. *Working Paper Firms and Regions*. [Online] Nr. R2/2011, Fraunhofer ISI. Available from: <http://hdl.handle.net/10419/52302> [Accessed: 3/12/2016].
9. HIENERTH, C., and RIAR, F. (2013) The Wisdom of the Crowd vs. Expert Evaluation: A Conceptualization of Evaluation Validity. [Online] 35th DRUID Celebration Conference, Barcelona, Spain, June 17–19. Available from: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Wisdom-of-the-Crowd-vs-Expert-Evaluation-A-Hienerth-Riar/319d6f86309f7f916cfac4aec395fccaac7edde> [Accessed: 5/12/2016].
10. KIRBY, E., and WORNER, S. (2014) Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast. *IOSCO Staff Working Paper*. [Online] SWP3/2014,

IOSCO. Available from: <https://www.iosco.org/research/pdf/swp/Crowdfunding-An-Infant-Industry-Growing-Fast.pdf> [Accessed: 7/02/2017]

11. МАЧТ, S., and WEATHERSTON, J. (2014) The Benefits of Online Crowdfunding for Fund-Seeking Business Ventures. *Strategic Change*. 23(1–2). p. 1-14.

12. O'CONNOR, S. (2014) Crowdfunding's Impact on Start-Up IP Strategy. *George Mason Law Review*. 21(4), p. 895-918.

13. SUROWIECKI, J. (2004) *The Wisdom of Crowds*. New York: Anchor Books.

14. VALANCIENE, L., and JEJELEVICIUTE, S. (2013) Valuation of Crowdfunding: Benefits and Drawbacks. *Economics and Management*. 18(1), p. 39-48.

15. WILSON, K., and TESTONI, M. (2014). Improving the Role of Equity Crowdfunding in Europe's Capital Markets. *Bruegel Policy Contribution*. [Online] Issue 2014/09. Bruegel. Available from: http://bruegel.org/wp-content/uploads/imported/publications/pc_2014_09_crowd_.pdf [Accessed: 7/02/2017]

ОБЗОР НА НЯКОИ МОДЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА БРАНДА

Пенка Горанова, Стелиана Василева

Стопанска академия „Димитър Апостолов Ценов“ – Свищов

stelli_vasileva@abv.bg

Abstract. Increasing number of companies adapt to the need of using large amounts of data information for decision making in order to be competitive on the market. The main benefit of using a system for determining brand value is that it connects brand management and business efficiency. The main objective of this paper is to examine some brand valuation models, used as part of the management strategy of the modern firms.

Keywords: *brand, brand valuation models, brand value, brand equity, brand building, brand management.*

Въведение

В съвременната бизнес действителност, показатели като „обем продажби“ и „печалба“ осигуряват единствено „частична картина“ за резултатите, постигнати от компанията (Christodoulides & Chernatony, 2010). В тази връзка Тим Амблер (2003) подчертава, че неосезаемите активи (като бранда) предоставят по-обективна база за анализ на резултатите от маркетинговата дейност. Много изследователи (Ambler, 2003; Christodoulides & Chernatony, 2010) споделят виждането, че стойността на бранда (brand value) е ключов маркетингов актив, чрез който се осъществява връзка между фирмата и нейните акционери (Carron & Hulland, 1999) и който поддържа продажбите в дългосрочен план.

Брандовете придобиват стойност чрез пазара, т.е. брандът трябва да има потенциален купувач, тъй като придобива търговска стойност тогава, когато потребителят възнамерява да го (за)купи. Ценността на бранда *от гледна точка на компанията* (в настоящата разработка – стойност на бранда) е **добавена стойност** (т.е. дискон-

тираните парични потоци), която се натрупва към фирмата, заради стойността на бранда, която няма да се натрупа ако компанията предлага равностойни небрандирани продукти (Василева, 2016). Отчитайки връзката между стойността на бранда и икономическите резултати, се смята, че ефективният бранд мениджмънт започва с доброто измерване на неговата стойност. *Причините* за развиването на процедури за улеснение на количественото измерване на тази стойност могат да се класифицират по следния начин: 1) по практически причини брандовете се купуват и продават и следователно трябва да бъдат оценявани; 2) всяка инвестиция, направена за увеличаване на стойността на бранда, трябва да бъде оправдана; 3) количественото измерване на стойността на бранда е главен елемент в развитието на нови продукти; 4) някои автори подчертават като предимство за оценяването на бранда позитивната връзка, установена между търговската подсистема на фирмата и финансовата подсистема (Горанова, 2015, стр. 6,7).

Подобно на предходни разработки по темата (Андонов, 2016), за целите на настоящия доклад авторите използват *моделите като инструменти, които помагат за вземане на решения, базирани на (маркетингови) данни и целите на съответната компания*. По-конкретно, представените в настоящия доклад популярни модели за изграждане, управление и оценка на брандове са конкретизирани в следната *стандартна схема: всички, анализирани в разработката, модели са представени чрез превод на фигурите, разработени от техните автори, и описание на техните компоненти*.

Популярни бранд модели, използвани от съвременните компании

1) Модел Unilever Brand Key – обединява в себе си факторен и процесуален подход при създаването на бранда. В основата на изграждането на бранда (вж. фиг. 1) е определяне и фокусиране върху *целевата аудитория*, от една страна, и *анализ на конкурентната среда* – от друга. Следващият етап се състои в дефиниране на *доминиращите мотиви на целевите потребители*, които (могат да) се

използват (въз основа на конкурентната среда) за изграждане на бранд. На тази основа се формира *същността на бранда*, която е свързана с: определяне на *ползите от бранда*, неговата *ценност и персонализация* и отговор на въпроса „Защо потребителят трябва да има доверие на бранда?“. Основното предимство на анализиращия модел се състои в това, че показва връзката между мотивацията на целевата аудитория и спецификата на конкурентната среда. Освен това, моделът Unilever Brand Key може да се използва за позициониране на бранда. Трябва да се подчертае, че разглежданият модел се прилага в практиката на редица фирми, има разнообразни форми и различни имена (друго име, под което е известен е Brand Box), а Unilever използва модела във формата (вж. фиг.1), описана в настоящата разработка. По-конкретно, моделът обособява осем стъпки/етапа, водещи до диференцирано позициониране на бранда, което е от практическо значение за успеха на компанията. В основата на Brand Key стои идеята за преглед на цялата информация от осемте етапа, чрез поставяне на няколко опорни точки (за всеки един от етапите). След синтез на тези точки, се правят изводи за настоящата ситуация (която е определяна като „основния ключ“ в модела) и описание на бъдещата, желана ситуация (т. нар. „ключ на зрението“).



Фигура 1. Модел Unilever Brand Key

Източник: Фигурата е адаптирана по EURIB – <http://www.eurib.org/>.

2) Модел на А.С.Nielsen за оценка на представянето на бранда – дава възможност за финансова оценка на бранда и проследяване на неговото лидерство (вж. фиг. 2).



Фигура 2. Модел на А.С.Nielsen - Brand Performancer

Централният елемент на модела е *мониторинг на бранда*. За избора на конкретните критерии (обем на пазара, пазарен дял, растеж на пазара, брандове в съответната група, претеглена дистрибуция, лоялност и популярност на бранда), които да бъдат използвани, се извършва каузален анализ. За да се определи паричната стойност на бранда (т. нар. *система стойност на бранда* (вж фиг. 2)), установеният обем на пазара се умножава по годишния нетен оперативен марж (за да се изчисли потенциалът за печалба от съответния пазар). Мониторингът на бранда се допълва от т. нар. *насочваща система на бранда* (вж. фиг.2), предназначена да подпомага бранда по целенасочен начин. Системата изучава маркетинговите дейности (в сравнение с тези на конкурентите), като използва анализ на силните/слабите страни. В допълнение към посоченото, текущата позиция на бранда се сравнява със стратегическите цели. *Системата за контрол/управление на бранда* позволява да се осъществи проследяване на маркетинговите разходи и успеха на получената, като резултат от разходите за маркетингови активности, сила на бранда, като по този начин се проследява ефективността на управлението на бранда. Моделът има следните недостатъци: субективно определяне и претегляне на косвени (скрити) компенсационни условия в критериите, както и необходимостта брандът да има поне минимално ни-

во на търгуване, за да бъде възможно и валидно измерването на критериите (вж. Горанова, 2015).

3) Модел на GfK – мощност на бранда – според този модел брандовете преминават от слаба връзка към силни взаимоотношения с клиентите, тъй като с течение на времето те получат по-голям пазарен дял в съответната (продуктова) категория. Посоченото се дължи на факта, че брандовете достигат до ниво, когато потребителите признават тяхната стойност и се чувстват удовлетворени от бранд обещанието. На този етап клиентите осъзнават разликата, която съществува между съответния бранд, с който те се асоциират и (за)купуват, и останалите. По-конкретно, моделът описва бранд мощността, която се определя от привлекателността на бранда. Тази бранд мощност изисква стратегия (в дългосрочен план), като за целта се изгражда положителен имидж на бранда или се цели създаване на определен навик у клиентите. Следователно *бранд мощността не може да се наблюдава директно*, но се изразява в потребителското поведение при покупка. Определянето на мощността на бранда предполага, от една страна, идентифициране на въздействието, което оказва маркетинг-микса (в краткосрочен план). След установяване на посоченото, остава чистата бранд мощност („магнетизъм“), генерирана от дългосрочната, устойчива сила на бранда, като разлика в следното уравнение (вж. фиг. 3).



Фигура 3. Уравнение за „магнетизъм“ на бранда

Източник: Фигурата е адаптирана по Zimmermann et al., BBDO's Brand equity review, 2002.

Заклучение

Разгледаните в доклада модели описват състоянието на даден бранд на пазара и подкрепят фокуса на оценката на бранда, въз ос-

нова на финансови и/или свързани с управлението фактори. Акцентира се върху факта, че всеки един от представените бранд модели отдава значение на определени характеристики и елементи на бранда. Във връзка с посоченото и в зависимост от техните силни и слаби страни, авторите на разработката препоръчват да бъде избран модел, който взема под внимание както бранда, така и контекста.

Използвана литература

1. АНДОНОВ, С. (2016). Обзор и класификация на моделите за изграждане и управление на брандове. Новата идея в образованието: Юбилейна конференция. БСУ, 333-342.
2. ВАСИЛЕВА, С. (2016). Концептуални проблеми при дефинирането на ценността на бранда. Годишен алманах научни изследвания на докторанти. Свищов: АИ „Ценов“.
3. ГОРАНОВА, П. (2015). Анализ на методите за оценяване стойността на марката. Бизнес управление. Свищов: АИ „Ценов“, 2, с. 5-34.
4. AMBLER, T. (2003). Marketing and the bottom line: Creating the measures of success, London: Financial Times, Prentice Hall.
5. CAPRON, L. and HULLAND, J. (1999). Redeployment of brands, sales forces, and general marketing management expertise following horizontal acquisitions: A resource-based view. Journal of Marketing ,63, pp. 41-54.
6. CHRISTODOULIDES, G. and de CHERNATONY, L. (2010). Consumer-based brand equity conceptualisation and measurement: a literature review. International Journal of Market Research, 52 (1). pp. 43-66.
7. ZIMMERMANN, R., KLEIN-BÖLTING, U., SANDER, B. and MURAD-AGA, T. (2002). BBDO's Brand equity review, 1.
8. <http://www.eurib.org>.

ТЕНДЕНЦИИ НА СЪВКУПНАТА КОНЦЕНТРАЦИЯ В БЪЛГАРИЯ

Александър Тодоров
Икономически университет – Варна
atodorov@ue-varna.bg

Abstract. The paper presents a descriptive analysis of the concentration and inequality among the 100 largest companies in the Bulgarian non-financial sector for the period from 2000 to 2015. Data from the annual ranking Capital 100 in combination with well established statistical indicators are utilized to measure the concentration and inequality among the largest companies.

Keywords: *concentration, large companies, inequality*

Въведение

Въпросът за концентрацията на големите компании в пазарната икономика е обект на редица икономически изследвания от последните десетилетия. Интересът е продиктуван от опасения за евентуално натрупване на икономическа мощ от страна на по-големите компании, която би могла да бъде използвана за оказване влияние върху стопанските и социалните процеси в икономиката. В този контекст настоящото изследване си поставя за цел да определи значението и степента на икономическа концентрация на 100-те най-големи компании в България за периода от 2000 до 2015-та година.

Методология

Под “концентрация” в настоящото изследване се разбира абсолютното и относителното разпределение на дадена икономическа величина – в случая приходи от продажби – между различни самостоятелни единици – тук – фирми (Hexter & Snow 1970). Целта на емпиричната оценка на икономическата концентрация е да се добие

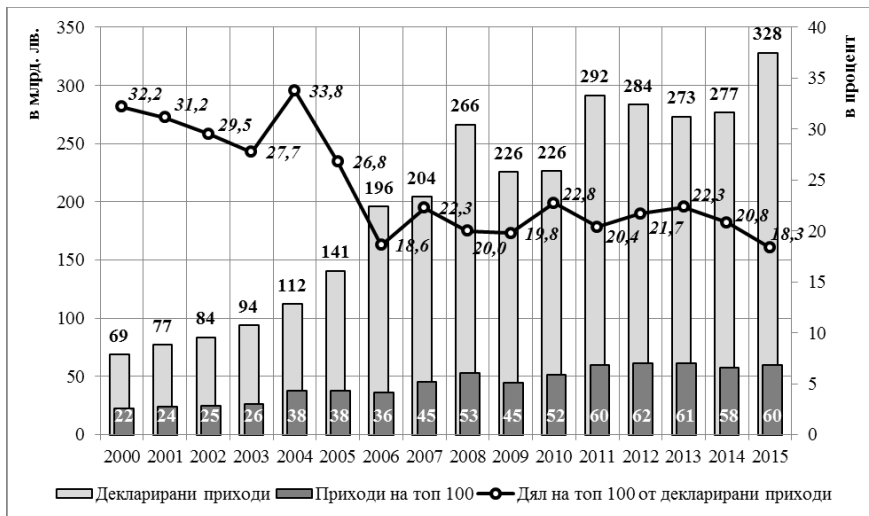
представа за степента на контрол, упражняван от определен малък брой фирми върху дадена икономическа дейност (Lipczynski, Wilson & Goddard, 2005).

В зависимост от изследователския въпрос икономическата концентрация може да бъде анализирана на две нива: (1) за всички фирми, които могат да бъдат причислени към определен пазар или отрасъл, или (2) за най-големите фирми в дадена национална икономика. Измерената на ниво пазар концентрация се описва като “пазарна концентрация” и се възприема като косвен показател за наличието на пазарна власт в съответния пазар. Концентрацията на най-големите фирми в една икономика се описва като съвкупна (или агрегирана) концентрация, и се възприема като индикатор за икономическата мощ, която притежават тези фирми (Gal & Cheng 2016).

За емпиричната оценка на съвкупната концентрация в България настоящото изследване използва база данни за най-големите 100 компании в България според класацията „Капитал 100“ за периода от 2000 до 2015 година. Основният критерий на класацията е общият размер на приходите от продажби за дадена отчетна година. Показателят „приходи от дейността“ е избран поради факта, че в него се включват както приходите от продажби, така и формираните през годината финансови приходи, които са важна част от постъпленията в секторите с активен внос и износ на стоки и услуги.

Резултати

За да се добие първоначална представа за ролята на 100-те най-големи компании в икономиката на България, е подходящо да се разгледат техните приходи, като основен показател за размера на една компания в използваната тук извадка, в съотношение спрямо друг аналогичен показател за икономиката като цяло. Един такъв показател представляват годишно декларираните пред Националната Агенция по Приходите (НАП) приходи на икономически активните фирми в България. Във Фигура 1 са представени приходите на най-големите 100 компании в България, както и на всички фирми, декларирали приходи пред НАП, за периода от 2000 до 2015 година.



Фигура 1. Динамика на приходите за периода от 2000 до 2015 година

Източник: Изчисления и илюстрация на автора на базата на данни от *Kanital 100* и Национална Агенция по Приходите (НАП).

Прави впечатление, че дялът на приходите на най-големите 100 компании в България от общо декларираните приходи постепенно намалява. Ако в началото на разглеждания период този дял е малко над 30%, то в края на периода той е вече малко под 20%. Нещо повече, дялът на най-големите компании от общите приходи намалява значително до 2006 година, след което се стабилизира и остава сравнително постоянен до 2015 година.

Откритите във Фигура 1 тенденции са по-комплексни отколкото изглеждат на пръв поглед. За да се разкрие по-детайлна картина, са изчислени относителните дялове на приходите на компаниите по децилни групи. Резултатите са представени в Таблица 1.

Таблица 1.

Относителен дял на приходите по групи

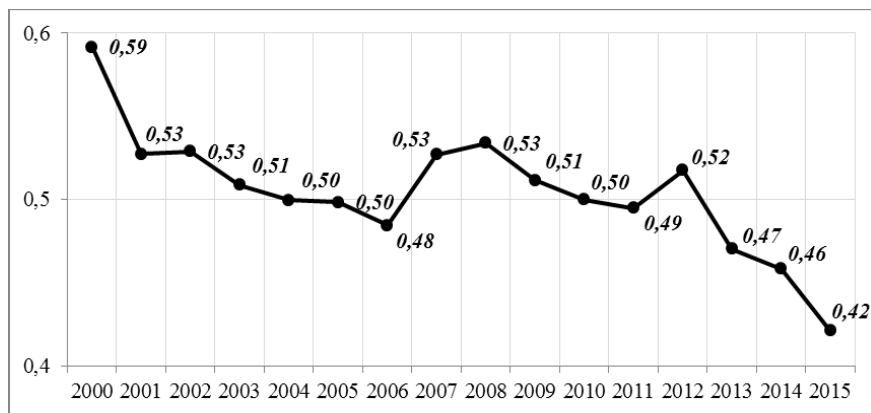
Година	Относителен дял на съответната група (в %)										
	1-10	11-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71-80	81-90	91-100	1-100
2000	16,60	5,07	2,72	1,86	1,39	1,13	0,98	0,89	0,81	0,76	32,20
2001	13,55	5,20	3,11	2,24	1,81	1,41	1,14	1,00	0,88	0,82	31,15
2002	13,73	4,14	2,83	2,02	1,63	1,34	1,15	1,02	0,88	0,79	29,53
2003	12,22	4,02	2,82	2,02	1,58	1,30	1,11	0,98	0,88	0,81	27,73
2004	14,27	5,32	3,41	2,45	1,99	1,69	1,35	1,18	1,09	1,01	33,76
2005	11,25	4,24	2,72	1,95	1,58	1,35	1,07	0,94	0,87	0,81	26,78
2006	7,61	3,02	1,88	1,32	1,09	0,91	0,83	0,73	0,65	0,57	18,59
2007	10,22	3,29	2,05	1,48	1,26	1,00	0,87	0,77	0,69	0,63	22,25
2008	9,43	2,80	1,78	1,38	1,08	0,90	0,77	0,69	0,63	0,54	20,01
2009	8,53	3,10	1,94	1,45	1,15	0,97	0,81	0,67	0,60	0,54	19,76
2010	9,92	3,23	2,20	1,69	1,36	1,14	0,97	0,82	0,75	0,66	22,75
2011	9,05	2,68	1,90	1,50	1,23	1,03	0,95	0,78	0,68	0,62	20,41
2012	9,88	2,73	2,14	1,68	1,36	1,12	0,89	0,71	0,63	0,57	21,71
2013	9,66	2,64	2,13	1,65	1,41	1,26	1,09	0,94	0,82	0,73	22,35
2014	8,74	2,53	1,98	1,63	1,37	1,17	1,00	0,88	0,79	0,73	20,81
2015	7,00	2,27	1,87	1,58	1,24	1,09	0,99	0,88	0,77	0,65	18,34

Източник: Изчисления на автора на базата на данни от *Capital 100*.

В Таблица 1 се вижда, например, че икономическото значение на най-големите компании в извадката намалява във времето. Ако, през 2000 година приходите на първите 20 компании са съставлявали малко над 20% от общо декларираните приходи в страната, то през 2015 година този дял е малко под 10%. Относителните дялове на останалите по-малки компании следват обща тенденция, която се характеризира с първоначално покачване на съвкупната концентрация с максимум от малко над 14% през 2004 година. След това концентрацията драстично спада до малко под 8% и започва отново плавно да се покачва, достигайки пик от малко над 10% през 2013

година.

Във Фигура 2 е представен коефициентът на Джини, изчислен на базата на приходите на най-големите 100 компании за разглеждания период. Резултатите потвърждават установената обща тенденция за намаляваща съвкупна концентрация през разглеждания период от време. Неравенството в приходите нараства леко в периода 2006-2007-а година, след което плавно намалява и достига най-ниската си стойност от 0,42 през 2015-а година.



Фигура 2. Коефициент на Джини за приходите на топ 100 от 2000 до 2015 година
Източник: Изчисления и илюстрация на автора на базата на данни от *Капитал 100*.

Заклучение

Докладът представя дескриптивен анализ на значението и концентрацията на най-големите 100 компании в България за периода от 2000 до 2015 година. За тези 16 години относителният дял на приходите на най-големите 100 дружества в България намалява и се стабилизира до около 20% от всички деклариранни приходи в страната. Все по-малко е значението на първите 20 компании за сметка на компаниите с по-ниски позиции. Тененцията в индекса на Джини за приходите на компаниите показва, че неравенството между тях намалява значително. Тези тенденции трябва да разглеждат в контекста на намаляващо държавно участие в икономиката през годините, навлизането на преки чуждестранни инвестиции, както и ефектите от

кризата след 2009 година – ефекти, които засягат силно големите компании и в крайна сметка успяват да накарат по-малките да изглеждат по-големи.

Използвана литература

1. КАПИТАЛ (2007-2016) *Капитал 100 – Най-големите компании в България*. София: Икономедиа.

2. ТОДОРОВ, А.Б. (2015) Емпириичен анализ на икономическата концентрация в най-големите български фирми за периода 2006-2013. *Диалог*. 2015(1). стр. 45-57.

3. GAL, M., CHENG, T. (2016) Aggregate concentration: an empirical study of competition law solutions. *Journal of Antitrust Enforcement*. 4(2). pp. 282-322.

4. HEXTER, S. SNOW, J. (1970) An entropy measure of relative aggregate concentration. *Southern Economic Journal*. 36(3). pp. 239-243.

5. LIPCZYNSKI, J., WILSON, J., GODDARD, J. (2005) *Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy*. 2nd Ed. Harlow: Prentice Hall.

ОПЕРАЦИИТЕ С ВИРТУАЛНА БАНКОВА КАРТА – СЪЩНОСТ И ОСОБЕНОСТИ ПРИ ОТЧИТАНЕТО ИМ

Румяна Маринова

Икономически университет – Варна

r_marinova@ue-varna.bg

Abstract. The ever-increasing share of online trade lies a number of risks related to data protection and resources of bank customers. A preferred route for the realization of payments in online shopping is the availability of a virtual bank card. With its help pay for the goods quickly and conveniently, and the funds are maximally protected. The aim of this report is to examine the characteristics of virtual debit card as a payment instrument and the specifics in the accounting treatment of the operations with it in the banks.

Keywords: *virtual debit card, online shopping, accounting*

Въведение

Развитието на информационните технологии, възможността за броени секунди знания и капитали да бъдат прехвърлени от единия край на планетата до другия, значително промениха представите ни за време и пространство. Финансовият бизнес се развива стремително във възходяща посока, като в основата на това развитие освен нормативно-правната уредба, стои и използването на съвременни технологии – телекомуникации, компютри, Интернет. Това се налага от изискванията на клиента за мигновен достъп до интересуващата го информация, мигновен трансфер на данни и създаването на предпоставки за максимално бързо вземане на ефективно решение.

Във връзка с нарастналите изисквания на клиентите за бързо и добро обслужване, се налага избор на система за гъвкаво управление на процесите за вземане на решение и бърза реакция при възникващи проблеми. Навлизането на информационните технологии в бан-

ковата сфера отвори пътя на нови канали за разпространение на финансовите услуги. Предизвикателствата, които развитието на съвременните технологии налагат на банките, ще определят кой ще овладее стратегическите позиции в новото информационно общество.

Общият брой на безналичните плащания в ЕС се увеличава с 8.5% до 112.1 милиарда през 2015 г. в сравнение с предходната година като картови разплащания представляват 47% от всички сделки. Също по данни на ЕЦБ 19,4% от всички плащания в България са извършени с банкови карти. (European Central Bank Payment Statistics for 2015, 2016). Все по-нарастващата роля на Интернет-търговията доведе до поставяне на нови предизвикателства пред финансовите институции. Наложил се да се търсят и предлагат нови продукти, които гарантират сигурност, удобство и бързина при електронните разплащания. Това предопределя и целта на настоящата публикация – да се изяснят същността и особеностите на виртуалната банкова карта като отделен продукт и спецификите на счетоводното отчитане на операциите с такава карта.

Основната теза, която се застъпва в настоящия доклад, е че използването на виртуалните карти като перспективен начин за осъществяване на електронните разплащания е пряко свързано с нарастването на онлайн-търговията от една страна и търсенето на защита на финансовите транзакции от потребителите от друга, както и ново поле за доразвиване на банковата счетоводна политика.

Материали и методи

Изследвана е националната и европейска нормативна уредба и практиката на българските банки в тази област. Основният нормативен документ, който е разгледан и регламентира разплащанията с банкови платежни карти е Наредба № 3 на БНБ от 16 юли 2009 г. *за условията и реда за изпълнение на платежни операции и за използване на платежни инструменти*, която е в синхрон с приложимото европейско законодателство в тази област. В обхвата на изследването са включени три банки - „Юробанк България“ АД /Пощенска банка/, „Централна кооперативна банка“ АД и „Банка ДСК“ ЕАД, пред-

лагащи продукта „Виртуална карта” на своите клиенти. За целите на изследването е използвана публично достъпна информация от официалните интернет-страници на разглежданите банки, която включва предлагани банкови продукти и услуги, тарифа за таксите и комисионните на отделните банки, специализирани брошури и др.

Резултати и обсъждане

Един иновативен и интересен банков продукт в областта на картите разплащания, предлаган и на българския пазар, са виртуалните дебитни и кредитни карти. Шишманов, Маринова и Бойчев разкриват част от характеристиките им като посочват, че „за използването ѝ не е необходим ПИН код. Тя е предназначена единствено за онлайн пазаруване в български и международни сайтове и е разработена така, че да осигурява максимална защита. Виртуалната карта се охранява със собствени средства на потребителя, но за разлика от обикновените дебитни карти с нея може да се осъществява плащане в сайтове, които изискват само кредитни карти.” (Шишманов, Маринова и Бойчев, 2016, с. 49).

Според Общите условия за използване на виртуална карта VISA тя е дефинирана като „платежен инструмент по смисъла на ЗПУПС за дистанционно (чрез интернет) идентифициране и приемане на нареждания за превод от платеца към EasyPay или към трети лица, в рамките на определени лимити” (ОБЩИ условия за използване на виртуална карта VISA, 2017).

Тези две дефиниции ни позволяват да обобщим, че една от характерните особености на тези карти е, че те са вид платежен инструмент, който се използва само за електронни разплащания. Друга характеристика на виртуалната карта е, че тя може и да няма физически носител, а да има само номер, което по никакъв начин да не пречи нейното използване. Важно е да се отбележи, че чрез виртуалната банкова карта не могат да се теглят пари в брой, което кореспондира и с наименованието на продукта. Една от най-съществените особености на виртуалните карти е възможността с тях да бъдат извършвани онлайн разплащания при търговци, които

приемат само кредитни карти. Тези карти обаче не са кредитни, тъй като притежателите им имат ангажимента да ги запазват предварително с парични средства, с които да извършват последващи плащания онлайн. Тази им особеност ни дава основание да посочим, че те представляват вид предплатена карта. Последните са разгледани от Попова-Йосифова (2014), която посочва, че банката може да открие т. нар. картова сметка, към която има издадена банкова карта с титуляр оправомощения ползвател на картата. „За тази картова сметка се използва пасивна счетоводна сметка за привлечени средства, която има организирана аналитичност по видове карти и титуляри” (Попова-Йосифова, 2014, с. 241).

Огромното значение на търговските банки за всяка икономика налага тяхната дейност да бъде обект на нормативно регулиране както в европейски, така и в национален мащаб. Изискванията при осъществяването на операциите с банкови платежни карти са регламентирани в Глава четвърта на Наредба № 3 от 16 юли 2009 г. *за условията и реда за изпълнение на платежни операции и за използване на платежни инструменти.* (Наредба № 3 от 16 юли 2009 г. на БНБ) В Наредбата е дадена и легалната дефиниция за предплатена карта, която е характеризирана като „вид платежен инструмент, върху който се съхраняват електронни пари или се осигурява отдалечен достъп до електронни пари и с който се извършват платежни операции. Предплатената карта се издава за определен срок на валидност и може да не е поименна.” От посочените нормативни характеристики на предплатената карта следва логичния извод, че виртуалната дебитна карта по своята същност се покрива с това понятие. Следва да отбележим обаче, че в Наредбата липсват специални текстове за този вид карти. Предвид техните особености, които изяснихме, и нарастващото им използване в онлайн търговията считаме, че е подходящо създаването на изрични текстове, регламентиращи оперирането с виртуални платежни карти.

За целите на този доклад извършихме изследване относно степента на навлизане на този вид банков продукт на българския банков пазар. Изследването е ограничено по обхват само по отношение

на банките, които извършват дейност на територията на страната и за осъществяването му е използвана публично достъпна информация от интернет страниците на банките. Нашето проучване установи, че от 28 лицензирани банкови институции на територията на страната към 15.04.2017 г. едва три от тях (10,71%) предлагат подобен продукт, а именно: Банка ДСК ЕАД, Централна Кооперативна Банка АД и Юробанк България АД. Данните от извършения сравнителен анализ по основни параметри на предлагания продукт са обобщени в таблицата по-долу.

Таблица 1.

Сравнителен анализ на параметрите на виртуалните банкови карти,
издавани от български банки

	„Централна кооперативна банка” АД	„Банка ДСК” ЕАД	„Юробанк България” АД/Пощенска банка
Технически носител	не	да	да
Вид на картата	VISA	Virtual Visa/Virtual MasterCard	MasterCard
Предназначение на картата	<ul style="list-style-type: none"> ● Плащане на стоки и услуги в Интернет на български и международни сайтове ● Игри и забавления в Интернет. ● Резервации на хотели, самолетни билети и рент-а-кар. ● Поръчки и плащания по телефон и e-mail 	<ul style="list-style-type: none"> ● Плащане на стоки и услуги чрез Интернет в български и международни Интернет сайтове ● Плащане на поръчки по поща/телефон ● Покупка на парични инструменти по интернет /онлайн залози / ● Получаване на суми по карта 	<ul style="list-style-type: none"> ● Плащане на стоки и услуги чрез интернет във всички български и международни сайтове, които са обозначени с логото на MasterCard ● Покупка на финансови инструменти по интернет /онлайн залози/ ● Плащане на поръчки чрез телефон или e-mail ● Резервиране на хотели и самолетни билети ● Получаване на суми по сметката на Виртуалната карта
Вид валута	По избор	По избор	По избор

**VIII МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ
„ИКОНОМИКАТА В ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ СВЯТ – НАЦИОНАЛНИ,
РЕГИОНАЛНИ И ГЛОБАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ" (ИПС-2017),
12 МАЙ 2017 г., ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА, БЪЛГАРИЯ**

Такси			
- За издаване	Без такса	Без такса	Без такса
- Заплащане на стоки и услуги в България и чужбина	Без такса	Без такса	Без такса
- Получаване на refund	1 %	Без такса	
- Такса при зареждане на картата	3% върху заредената сума, минимум 2 лева	Без такса	Без такса
Начини за зареждане на картата	а/ Вноски на каса в офис на „Изипей” (EasyPay) или клон на Банката. б/ Захранване чрез друга карта - по електронен път, чрез виртуален ПОС терминал през интернет страницата www.virtualcard.bg .	Прехвърляне на необходимата сума от разплащателната сметка в Банката по Виртуалната карта през Интернет банкирането ДСК Директ.	а/Интернет банкиране „e-Postbank” б/Чрез между-народна дебитна карта в/Периодични плащания – <i>чрез тази услуга клиентът може да се абонира за автоматични плащания от и по Виртуалната карта, по предварително зададени от него параметри - сума, интервал между плащанията, дата на първо плащане.</i>
Срок на валидност	6 месеца	2 години	5 години
Лимити	Предварително определени	Предварително определени	Предварително определени
Олихвяване	Не	Не	Не

Източник: Собствени изследвания върху интернет страниците на разглежданите банки [4; 5; 6]

Посочените сравнителни характеристики на предлаганите банкови продукти ни дават основание да считаме, че нарастващия дял в използването на виртуални карти за осъществяване на онлайн разп-

лащания е обусловен от предимствата, които те осигуряват на своите собственици, а именно:

- *Сигурност* - Когато банков клиент реши да плати стока или услуга през Интернет, непосредствено преди плащането, се прехвърля необходимата сума от разплащателната сметка в банката по Виртуалната карта. След извършване на плащането по картата не е необходимо да остава наличност, което елиминира риска от евентуални бъдещи злоупотреби. В случай, че бъде извършено прехвърляне на по-голяма сума по картата от стойността на покупката и се реализира остатък, то той може да се върне по разплащателната сметка.

- *Възможност за "заклучване" и "отключване" на картата* – Потребителят има възможност за периодите, през които няма да използва картата да я „заклучи” (блокира). След това при желание да извършите покупка отново трябва да я „отключи” (отблокира).

- *Бързина и удобство* - услугата е достъпна 24 часа / 7 дни в седмицата

- *Достъпност от всяко място, където има интернет връзка* – клиентът има възможност да банкира от всяка точка, където има интернет достъп, което прави продуктът атрактивен и ефективен за потребителите.

Единствен недостатък е, че с виртуалната карта не могат да се теглят пари в брой от АТМ или ПОС-терминал. Глобално погледнато, това не следва да се разглежда и като недостатък, тъй като предназначението на виртуалната карта е свързано само с реализиране на електронни разплащания.

Развитието на този банков продукт поставя пред банките изисквания за формиране на счетоводна политика както по отношение на тяхното отчитане, така и за управление на риска, свързан с този продукт. Счетоводното отчитане на основните операции, които могат да бъдат осъществявани с виртуална карта може да бъде представено посредством следните примерни операции в клона на банката – издател на платежната карта:

➤ При зареждане на картата със средства от разплащателната

сметка на банков клиент:

Дебит сметка *Разплащателни сметки на граждани и домакинства в левове*

Аналитичност по титуляр на сметката

Кредит сметка *Картови сметки на граждани и домакинства в левове*

Аналитичност по титуляр и вид на картата

➤ При плащане на стоки и услуги в интернет в левове:

Дебит сметка *Картови сметки на граждани и домакинства в левове*

Аналитичност по титуляр и вид на картата

Кредит сметка *Разплащателни сметки в левове* или

Кредит сметка *Вътрешни разчети* – за издадения превод към банковата централа

➤ При плащане на стоки и услуги в интернет във валута:

Дебит сметка *Картови сметки на граждани и домакинства в левове* - по курс продава на банката

Кредит сметка *Издадени преводи по междубанкови плащания във валута* – по централен курс

Кредит сметка *Приходи от валутни операции* – с разликата между курсовете

➤ При връщане на неизразходваните средства от виртуалната карта по разплащателната сметка на банков клиент:

Дебит сметка *Картови сметки на граждани и домакинства в левове*

Аналитичност по титуляр и вид на картата

Кредит сметка *Разплащателни сметки на граждани и домакинства в левове*

Аналитичност по титуляр на сметката

Посочените стопански операции са разгледани само от гл.т. на клона на банката-издател на виртуалната карта, независимо, че извършваните транзакции с картата пораждаат и счетоводните записвания в други засегнати банкови единици и/или предприятия, тъй като последните не са обект на разглеждане в настоящата публикация.

Заклучение

Нарастващият дял на онлайн търговията крие редица рискове, свързани със защитата на данни и ресурси на банковите клиенти. Ето защо предпочитан начин за осъществяване на плащания в онлайн пазаруването е наличието на виртуална банкова карта. С помощта на този банков продукт клиентите заплащат за стоките бързо и удобно, като средствата им са максимално защитени. Независимо от посочените предимства на виртуалните карти се наблюдава сравнително ниско ниво на проникване в практиката на българските банки, като едва 3 от 28 банки предлагат подобен продукт на клиентите си. Сравнително слабото разпространение на този продукт може да се приеме и като фактор за липсата на специална регламентация на този вид карти в националното ни законодателство, което считаме, че би довело до хармонизиране и стандартизиране на правилата при опериране с този продукт, и улеснило клиентите при избора на краен банков конкурентен продукт. Това би подпомогнало и отделните банки при разработване на счетоводите им политики в областта на виртуалните карти.

Използвана литература

1. European Central Bank Payments statistics for 2015. PRESS RELEASE 26 September 2016 [Online]. Available from: <https://www.ecb.europa.eu/press/pdf/pis/pis2015.pdf> [Accessed: 15.04.2017].
2. Наредба № 3 на БНБ от 16 юли 2009 г. за условията и реда за изпълнение на платежни операции и за използване на платежни инструменти ДВ, бр. 62 от 4 август 2009 г., посл. изм. и доп. Бр. 69 от 2016 г.
3. ОБЩИ условия за използване на виртуална карта VISA. Available from: http://www.ccbank.bg/media/filer_private/obshti_uslovia_easypay_virtualcard.pdf [Accessed: 19.04.2017]
4. Официална интернет страница на банка ДСК ЕАД, Available from: https://dskbank.bg/Page/default.aspx?xml_id=/bg-BG/Individuals/cards/debit%20cards/virtualvisacard/ [Accessed: 19.04.2017]
5. Официална интернет страница на банка Юробанк България АД, Available from: <https://www.postbank.bg/bg-BG/Individuals/04Cards/>

Virtual%20card%20MasterCard/ [Accessed: 17.04.2017]

6. Официална интернет страница на ЦКБ АД, Раздел „Продукти и услуги“, Available from: <http://www.ccbank.bg/bg/products-and-services/retail-business/bank-cards/predplateni-karti/virtual-visa-card/> [Accessed: 19.04.2017]

7. ПОПОВА-ЙОСИФОВА, Н. (2014) Счетоводно третиране на предплатените карти като вид иновативен банков продукт. СБОРНИК научни трудове от Десета Международна научно-приложна конференция „Икономика и мениджмънт на иновациите – съвременни теории и практики”. Варна. Изд. „Ларго сити”.

8. ШИШМАНОВ, Кр., МАРИНОВА, К. и БОЙЧЕВ, Б. (2016) Състояние и перспективи в използването на банкови карти като средство за разплащане (разплащателен инструмент) в България. АЛМАНАХ „Научни изследвания”, бр. 3.

ФАКТОРИНГЪТ – ФИНАНСОВА АЛТЕРНАТИВА ЗА РАЗВИТИЕ НА ФИРМИТЕ

Галя Тасева-Петкова

УНСС – София, Институт за икономически изследвания – БАН
galya_taseva@abv.bg

Abstract. The study by the method χ - square, according to data about 1000 non-financial enterprises in Bulgaria, shows the existence of consequential relationships between the use of factoring and selected indicators of financial condition and opportunities for enterprise development. Such indicators are: the turnover of firms; increase the added value; reducing the cost of each production unit; investment activities; innovation. It can be concluded that companies using factoring generally have better financial indicators, they are more innovative and higher investment activity, which creates better opportunities for their development.

Keywords: *factoring, trade credit, financial condition, investments, Bulgaria*

Въведение

Факторинговият пазар има значителен потенциал за развитие в България, макар че все още разпространението на факторинга е слабо. Употребата му е свързана с редица ползи за фирмите-доставчици, които в крайна сметка резултират върху финансовото състояние и възможностите за развитие на предприятията. Използването на услугите на факторингови дружества, обаче крие и някои рискове. Такива са рискът от загуба на клиенти, рискът от влошаване на имиджа на фирмите, ползващи факторинг, рискът в крайна сметка да се окаже, че разходите на фирмите, свързани с факторинга надхвърлят ползите от него. Това обосновава необходимостта да се анализира ефекта от употребата на факторинг в българските иконо-

мически условия. Целта в статията е да се установи съществува ли зависимост между използването на факторинг от фирмите в страната и индикатори за тяхното финансово състояние и възможности за развитие. Такива индикатори са: 1) оборотът на фирмите; 2) значението на повишаването на добавената стойност за развитието на фирмата; 3) значението на намаляването на разходите за всяка произведена единица за развитието на фирмата; 4) инвестиционната активност; 5) иновационната дейност.

Зависимостта между финансовото състояние на предприятията и техния потенциал за развитие и използването на факторинг може да се реализира в няколко направления. Едно от тях е възможността за по-бързо възстановяване на ликвидните средства, ангажирани в търговски вземания. В литературата съществуват редица изследвания, които доказват значението на съкращаването на периода на събиране на вземанията и като цяло на периода на обращаемост на паричния поток за повишаване на доходността на фирмите (Deloof (2003); Garcia-Teruel и Martinez-Solano (2006); Martinez-Sola, Garcia-Teruel и Martinez-Solano (2014); Lazaridis и Tryfonidis (2006)).

Факторингът дава възможност и за повишаване на инвестиционната активност на предприятията. Murfin и Njoroge (2012) установяват, че фирмите са принудени да съкращават инвестициите си в нови съоръжения и оборудване, когато техните клиенти плащат по-бавно.

Прехвърлянето на вземания към факторингово дружество, позволява повишаване и на капацитета на фирмите за продажби с отсрочено плащане. Изследване за България показва, че в условия на затруднения в реализацията на продукцията, кредитирането на клиентите е свързано с нарастване на приходите от продажби и финансовия потенциал на фирмите, както и на възможностите за реализация на инвестиционни проекти (Тасева-Петкова (2016)).

Емпирично изследване

Анализът се основава на данни от емпирично социологическо изследване сред 1000 нефинансови предприятия в страната, подбра-

ни чрез представителна гнездова извадка.¹ В извадката са включени фирми с различна основна дейност. Данните са обработени с помощта на софтуерния продукт SPSS. Използван е непараметричен метод за изследване - χ – квадрат анализ, като е възприето ниво за риск от α – грешка 0,05. Най-голям е дялът на микро предприятията (с до 9 заети лица), които съставляват две пети от анкетираните (40,5%), а най-малък на големите предприятия (с 250 и повече заети лица), които са една десета (10,2%) от фирмите в извадката.

Резултатите от анкетата показват все още слабо разпространение на факторинга сред фирмите в страната. Значителен процент от тях (близо една четвърт) отговарят, че дори не са запознати с тази услуга (вж. фиг. 1).



Фигура 1. Разпределение на фирмите според употребата на факторинг
Източник: Собствени изчисления

Открива се закономерна връзка между употребата на факторинг и оборота на фирмите ($\text{sig}=0,000$, коефициент на Спирмен=0,180). В Таблица 1 е дадено двумерното разпределение на фирмите според двете променливи.

¹ Изследването е проведено от агенция ЕСТАТ в рамките на Проект „Повишаване качеството на образованието и на научните изследвания в областта на бизнес – инженерството за изграждане на икономика, основана на знанието (иновациите) и финансите”, с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”, (Договор № BG051PO001-3.3.06-0053), реализиран от Висше училище по застраховане и финанси и партньор Институт за икономически изследвания на БАН

Таблица 1.

Двумерно разпределение на фирмите според оборота им и употребата на факторинг

	Използват факторинг	Не използват факторинг
До 100 000 лв.	2,4%	97,6%
От 100 001 до 500 000 лв.	4,2%	95,8%
От 500 001 до 1 000 000 лв.	5,6%	94,4%
От 1 000 001 до 5 000 000 лв.	13,0%	87,0%
Над 5 000 000	12,0%	88,0%

Източник: Собствени изчисления

С увеличаване на оборота на фирмите нараства и процентът, на тези от тях които ползват факторинг. От една страна, това е отражение на по-лесния достъп на по-големите фирми до услугите на компаниите, предлагащи факторинг. От друга страна с възможността, която дава за разширяване на продажбите на кредит, факторингът на свой ред допринася за нарастване на оборота на предприятията. При равни други условия по-големият оборот предполага и повече пазарна власт и по-голям брой клиенти, в резултат на което фирмите не се опасяват, че продажбата на вземанията им на доставчици на факторингови услуги би могло да доведе до сериозна загуба на пазарен дял в резултат на влошаване на отношенията с клиентите.

С помощта на метода χ – квадрат се установява статистически закономерна връзка ($\text{sig.}=0,000$, коефициент на Сramer= $0,184$) между използването на факторинг и значението на повишаването на добавената стойност за развитието на фирмата през последните три години. В Таблица 2 е показано разпределението на предприятията според значението на двата признака.

Таблица 2.

Разпределение на фирмите според значението на повишаването на добавената стойност за развитието на фирмата и използването на факторинг

Значение за развитието на фирмата	Използват факторинг
Голямо значение	42,1%
Известно значение	39,5%
Няма значение	1,3%
Не се отнася до фирмата	17,1%

Източник: Собствени изчисления

Значителен е делът на фирмите (близо една трета от анкетираните), които посочват, че не са реализирали добавена стойност през последните три години. Резултатите показват, че на по-голямо значение на повишаването на добавената стойност съответства по-висок процент от фирмите, които използват факторинг. Те се развиват по-добре.

Друг индикатор за финансовото състояние и възможностите за развитие на фирмата е намаляването на разходите за всяка произведена единица, което при равни други условия означава нарастване на печалбата. Установява се статистически закономерна връзка ($\text{sig.} = 0,005$, коефициент на Срамег=0,113) между използването на факторинг и значението на намаляването на разходите за всяка произведена единица за развитието на фирмата. Разпределението на фирмите е показано в Таблица 3.

Таблица 3.

Разпределение на фирмите според значението на намаляването на разходите за всяка произведена единица за развитието на фирмата и използването на факторинг

Значение за развитието на фирмата	Използват факторинг
Голямо значение	43,4%
Известно значение	32,9%
Няма значение	6,6%
Не се отнася до фирмата	17,1%

Източник: Собствени изчисления

Еднопосочните изменения на процентите от фирмите, използващи факторинг и на значението на повишаването на добавената стойност и на намаляването на разходите за всяка произведена единица за развитието на фирмите дават основания да се приеме, че употребата на факторинг, не само кореспондира с постигането на по-добри финансови показатели, но е свързана и с по-доброто оползотворяване на постигнатото за развитието на фирмите. Вероятно една от причините за това е и по-високо качество на мениджмънта на предприятията, които използват факторинг.

Резултатите от изследването разкриват и статистически законо-

мерна връзка ($\text{sig.} = 0,000$, коефициент на Cramer= $0,182$) между използването на факторинг и наличието на разработени иновативни продукти или услуги във фирмата. Разпределението на фирмите е показано в Таблица 4.

Таблица 4.

Разпределение на фирмите според наличието на разработени иновативни продукти или услуги във фирмата и използването на факторинг

Наличие на разработени иновативни продукти или услуги във фирмата	Използват факторинг	Не използват факторинг
Да	17,1%	82,9%
Не	5,1%	94,9%

Източник: Собствени изчисления

Процентът на фирмите, които имат разработени иновативни продукти или услуги и използват факторинг е по-висок от процента на фирмите, които използват факторинг, но нямат разработени такива продукти и услуги. От една страна използването на факторинг укрепва финансовия потенциал на фирмите, с което допринася за иновационната им дейност. От друга страна наличието на иновативни продукти или услуги може да означава необходимост от стимулиране на продажбите чрез възможност за отсрочено плащане с цел промотиране на тези нови продукти и тестване на техните качества от клиентите. Ролята на факторинга в случая е свързана с разширяването на капацитета за продажби на кредит.

Резултатите от χ -квадрат анализа на зависимостта между употребата на факторинг и индикатори за инвестиционната дейност на фирмите през последните три години с цел развитие на съществуващи или нови продукти/услуги са представени в Таблица 5. Установената статистически закономерна връзка, потвърждава значението на факторинга за инвестиционната активност на фирмите в страната.

Таблица 5.

Зависимост между употребата на факторинг и индикатори
за инвестиционната дейност на фирмите

	Sig.	Коефициент на Cramer
Придобиване на модерни машини и оборудване	0,000	0,155
Придобиване на компютърен хардуер и софтуер	0,001	0,108

Източник: Собствени изчисления

В Таблица 6 е представено двумерно разпределение на фирмите според това дали са инвестирали и дали използват факторинг. Вижда се, че преобладаващата част от фирмите, използващи факторинг са осъществили инвестиции.

Таблица 6.

Двумерно разпределение на фирмите според това дали са осъществили
инвестиции и дали използват факторинг

		Използват факторинг
Придобиване на модерни машини и оборудване	Инвестирали	73,7%
	Не инвестирали	26,3%
Придобиване на компютърен хардуер и софтуер	Инвестирали	64,5%
	Не инвестирали	35,5%

Източник: Собствени изчисления

Резултатите от изследването разкриват закономерни зависимости между употребата на факторинг и избраните индикатори за финансовото състояние и възможностите за развитие на фирмите. От една страна фирмите, с по-добро финансово състояние и възможности за развитие имат по-лесен достъп до услугите на факторинговите дружества. Същевременно, използването на факторинг благоприятства подобряването на състоянието на предприятията и на перспективите за тяхното развитие. Каналите по които се реализира това благоприятно влияние са няколко. Сред тях е обстоятелството, че факторингът повишава капацитета за продажби с отсрочено плащане, което стимулира нарастването на оборота и вътрешно генерираните финансови ресурси за фирмите. Нарастването на продажбите създа-

ва потребност от повишаване на производствения капацитет чрез нови инвестиции и стимулира развитието на предприятията. Побързото възстановяване на средствата, вложени във вземания води до подобрене на ликвидността на фирмите и допринася за по-ефективното използване на ресурсите.

Освен това, подобряването на ликвидността на фирмите чрез продажба на вземания повишава тяхната кредитоспособност и достъпът им до институционално финансиране, което улеснява инвестиционната дейност на предприятията. Като източник на краткосрочно финансиране факторингът е подходящ инструмент за посрещане и на потенциалното увеличение на потребностите от оборотен капитал при фирми, осъществяващи инвестиционна дейност. Употребата на факторинг допринася и за подобряване на ефекта от направените инвестиции като дава възможност за оптимално натоварване на новите производствени мощности чрез разширяване продажбите с отсрочено плащане.

Също така, използването на факторинг допринася и за намаляване на дела на просрочените и несъбираеми вземания от клиенти, което редуцира загубите за фирмите и повишава техните финансови възможности. Фирмите се стремят да бъдат по-коректни като платци, когато кредитор е финансова институция. Факторингът дава възможност за цялостно подобряване на управлението на търговските вземания и оборотния капитал, което благоприятства нарастването на рентабилността на фирмите.

Заклучение

Изследването с помощта на метода χ – квадрат показва съществуването на закономерни зависимости между използването на факторинг и избрани индикатори за финансовото състояние и възможностите за развитие на фирмите. Може да се обобщи, че предприятията, използващи факторинг като цяло имат по-добри финансови показатели, по-иновативни са и с по-висока инвестиционна активност, което създава по-добри възможности за тяхното развитие.

Използвана литература

1. DELOOF, M., (2003), Does working capital management affect profitability of Belgian firms?, *Journal of Business Finance and Accounting*, April 2003, Volume 30, Issue 3-4, p. 573-588
2. GARCIA-TERUEL, P., & MARTINEZ-SOLANO, P., (2006), Effects of Working Capital Management on SME Profitability, [Online], Available from: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=894865, [Accessed: 22/2/2012]
3. LAZARIDIS, I., & TRYFONIDIS, D., (2006), Relationship Between Working Capital Management and Profitability of Listed Companies in the Athens Stock Exchange, 2006, [Online], Available from: <http://ssrn.com/abstract=931591>, [Accessed: 21/3/2012]
4. MARTINEZ-SOLA, C., GARCIA-TERUEL, P., & MARTINEZ-SOLANO, P., (2014), Martinez-Sola, Garcia-Teruel и Martinez-Solano (2014); Trade credit and SME profitability, [Online], Available from: http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaeaca/cd/150b.pdf, [Accessed: 21/3/2012]
5. MURFIN, J., & NJOROGE, K., (2012), Small lending big: The real effect of trade credit demands on constrained suppliers, *Yale ICF Working Paper No. 12-27*, [Online], Available from: http://depot.som.yale.edu/icf/papers/fileuploads/2716/original/2012_ICF_WPS_12-27_Murfin_Small_Lending.pdf, [Accessed: 21/1/2017]
6. ТАСЕВА-ПЕТКОВА, Г., 2016 г., *Търговско кредитиране и финансово състояние на фирмите*, Издателски комплекс - УНСС

ПРОЕКТИРАНЕ НА ИНДЕКС ЗА ОПОВЕСТЯВАНЕ НА КОНЦЕСИИ

Галина Събчева

Икономически университет – Варна

sabcheva.galina@ue-varna.bg

Abstract. In present accounting literature researchers analyses the corporate disclosure related issues – their content, volume and quality. The indices introduction ensure researchers opportunity to apply quantitative criteria to qualitative information. On this basis the degree of compliance with applicable accounting standards could be measured and also comparability between the same industry entities. The report covers index approach usage to corporate disclosures as tool of qualitative research. The goal is disclosure index design for concessions.

Disclosure index design measurement is based on the generally accepted point of view that financial statements are the best source of financial and non-financial information about an entity. Trust them increases if they are audited.

The concession disclosure index provides measurement opportunity to concession financial statements transparency. Its importance increases with the concession importance for the concessionaire industry affiliation and assets, liabilities, income and expenses related.

Keywords: disclosure index, design, SIC 29, concession.

Въведение

В съвременната специализирана литература се анализират въпросите, свързани с корпоративните оповестявания – тяхното съдържание, обем и качество. Въвеждането на индекси дава възможност на специалистите да приложат количествени критерии към качествената информацията. На тази основа може да се постигне измерване степента на спазване на приложимите счетоводни стандарти и

сравнимост между предприятия, осъществяващи сходна дейност. Индексният подход към корпоративните оповестявания, като инструмент за провеждане на качествено изследване, е поставен във фокуса на настоящия доклад. Целта е да бъде разработен индекс за оповестяване на концесии. За постигането на тази цел са поставени следните задачи:

1) Да се анализира специализираната литература по отношение на индексите на оповестяване, и на тази база да се аргументират възможностите за тяхното прилагане в счетоводните изследвания;

2) Да се проектира индекс на оповестяване на концесии, чрез задаване на количествени критерии на основата на ПКР 29 *Оповестяване – споразумения за концесионна услуга*.

Материали и методи

Финансовото оповестяване се определя като „...всяко съзнателно предоставяне на финансова (или нефинансова) информация, дали числова или качествена, задължително или доброволно, чрез формални или неформални канали“ (Gibbins, Richardson, Waterhouse 1990). Съществуват различни възможности за оповестяване на информация като годишни отчети, конферентни разговори, презентации на анализатори, връзки с инвеститори, междинни отчети, проспекти, съобщения за пресата, интернет страници и др., но корпоративните финансови отчети се открояват като предпочитан способ за официално оповестяване, който обаче самостоятелно се явява недостатъчен в някои случаи (Hassan and Marston, 2010).

По отношение на практиките на оповестяване и тяхната интерпретация са посветени немалко изследвания. В специализираната се използват техниките: индекс на оповестяване (disclosure index) и съдържателен анализ (content analysis) във връзка с измерване индивидуалните равнища на оповестяване. Анализът на съдържанието на текст може да бъде прилаган чрез използването на два взаимно допълващи се подхода, които имат различни цели – тематичен и синтактичен (Hassan and Marston, 2010). Тематичният подход откроява основните въпроси, за които е предоставена информация, а синтак-

тичния изучава изреченията в текста и се среща още като разбираемост (readability) и лингвистичен анализ. Счита се, че синтактичният анализ се фокусира върху познавателната трудност при четене на текстови документ (Scaltrito, 2015). Към категорията на съдържателния анализ се отнасят оценки на оповестяванията като брой думи, изречения или страници. За целите на своето изследване Hassan и Marston (2010) открояват два основни вида съдържателен анализ: концептуален и релационен съдържателен анализ. Концептуалният анализ на съдържанието е изследователски инструмент, използван за определяне наличието или честотата на ключови думи или понятия в текст или набор от текстове. Релационният съдържателен анализ, изследва взаимовръзката между понятията в текста. Съдържателният анализ се дели още и на частичен и цялостен или всеобхватен анализ (наричан още холистичен съдържателен анализ (Beattie, McInnes and Fearnley, 2004)).

Индексите на оповестяване могат да включват както задължително, така и доброволно оповестявана информация, чрез един или повече способности на предоставяне, от един или повече източници (Hassan and Marston, 2010). Според тези автори, индексът на оповестяване се определя като изследователски способ за измерване на степента на предоставяне на информация чрез конкретен инструмент за оповестяване от отделно предприятие в съответствие със списък от селектирани, подбрани елементи (точки) на оповестявана информация. Други характеризират индексите на оповестяване като частен вид контекстуален анализ (Beattie, McInnes and Fearnley, 2004). Аргументира се становището, че в теорията не съществува консенсус по отношение на вида и количеството на елементите, включени в индексите; вида на оповестяванията, за които се отнасят; подхода за тяхното конструиране; необходимостта от претегляне на информацията и др. (Bravo Urquiza, Abad Navarro and Trombetta, 2009; Hassan and Marston, 2010).

Urquiza, Navarro, and Trombetta (Bravo Urquiza, Abad Navarro and Trombetta, 2009) сравняват три различни индекса на оповестяване: индекс на качество (quality index) с многомерна същност; индекс

на обхват (scope index), предназначен за измерване обхвата на информацията, и индекс на количество (quantity index), който измерва оповестената информация изключително по отношение на количеството ѝ. Индексът на качество е въведен чрез формулирана многомерна рамка за оценка на качеството на оповестявания (Beretta and Bozzolan, 2008) – която разглежда не само *колко* да се оповести (количество на оповестяване), а също и *какво* и *как* да се оповести (богатство на оповестяване). Те дефинират богатството (richness) като функция на обхвата, покритието (coverage) и дисперсията между различните теми, които съответстват на фирмения бизнес модел (ширина - weight), и оповестените очаквания за бъдещи резултати.

Сг. Ștefănescu прилага индекс на оповестяване, който е структуриран от три под-индекса, по един за всеки вид оповестяване – задължително, препоръчително и доброволно (Ștefănescu 2007). Всеки от индексите се основава на списък с оповестявания от всеки вид и се измерва като отношение между общия им брой и максималния брой оповестявания от всеки вид. Използват се биномни оценки (0,1), което налага прецизност и детайлизация при разработване на списъка.

Редица изследвания, свързани с корпоративните оповестявания, открояват връзки и зависимости с: размера на предприятието, структурата на съвета на директорите, концентрацията на собствеността, отрасловата принадлежност на предприятието, възнагражденията на висшият мениджмънт, инвестициите, одиторите и др. Търсенето на подобни връзки може да бъде мотивирано с установяване и анализ на информационните потребности. Откроява се тенденция към разкриване на по-голям обем доброволно оповестена количествена и стратегическа прогнозна информация от компании, чийто съвет на директорите се състои в по-голямата си част от независими лица, като вида на информацията (нефинансова или финансова) не е от значение (Singhvi and Desai, 1971; Lim, Matolcsy and Chow, 2007; Fathi, 2013; Białek-Jaworska and Matusiewicz, 2015). J. Fathi (2013) отбелязва използването на индекс на оповестяване за измерване на качеството на оповестяванията, и признава субективният му характер.

Въпросът за субективността на индексът за оповестяване оказва значително влияние върху разработването на обобщаваща оценка за равнището на оповестяване. В този аспект Р. Nealy и К. Palepu извеждат някои проблеми по прилагането им: затруднения при възпроизвеждане на изводите и резултатите от дадено изследване, в резултат от авторските преценки, отсъждания и доверие в способността на проектирания показател да измери това, за което е предназначен; ендогенност на оповестяванията – сведена до идентифициране на връзката между корпоративните оповестявания и инвестиционните възможности на публично търгуваните дружества – дали повишаването равнището на оповестявания е резултат от обществения интерес или разширяването на възможностите за инвестиции води до повишаване на оповестяванията (Nealy and Palepu, 2001). Значително предизвикателство се явява формулирането на количествени оценки – производни променливи, които изясняват равнището на информация, предоставяна от предприятието и определят общата стойност на индексът на оповестяване (Scaltrito, 2015). Приложими са следните подходи:

- ✓ дихотомен – ако информацията е оповестена се приписва 1 точка, ако не е – 0;
- ✓ дихотомен и количествен – ако информацията е представена количествено и качествено се приписват 2 точки, ако информацията е представена само качествено, се приписва 1 точка, ако липсва – резултата е 0;
- ✓ диапазон от резултати (рангова скала) – резултата се определя в диапазон между минимална и максимална стойност, въз основа на определени параметри за равнището на детайлизация на информацията (например резултат 0-5 точки въз основа на равнището на оповестяване на информация).

В допълнение е възможно да се претегля резултата (сумата на получените точки), в зависимост от значението, което се придава от изследователя на определени аспекти.

Резултати и обсъждане

При липсващ в специализираната литература консенсус по отношение на подхода към изграждане на индекс на оповестяване, както и на конкретна методология на прилагане, можем да изведем параметри за оценка прилагането на ПКР 29 *Оповестяване – споразумения за концесионна услуга* (РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1126/2008, 2016) по примера на А. Giornetti (Giornetti, 2014). В посоченото изследване синтетичният индекс на оповестяване има обща стойност от 12 точки. Всеки от параметрите се оценява със съответен брой точки, който се повишава заедно с равнището на детайлизация на оповестената информация. Според Giornetti (2014) ПКР 29 показва тенденция да обобщава информация на отраслово равнище по отношение различните видове концесии (наименование, местонахождение на концесионирания обект), продължителност и свързани стойности (първоначална стойност, амортизация, балансова стойност) и дори наименованието на концедента и вида на регулациите, налагани от него в стойностно изражение. Следвайки тази обща рамка, съдържанието на основните параметри за оповестяване, може да бъде сведено до следните четири информационни направления:

Таблица 1

Параметри на ПКР 29 *Оповестяване – споразумения за концесионна услуга*

Параметър	Описание	Стойност на оценката
Концесионен договор	Обща информация за сключения концесионен договор – предмет на концесията, наименование и местонахождение на обекта, страни, срок на договора.	0 – не е оповестена информация; 1 – сключените концесионни договори са посочени, но без допълваща информация; 2 – в допълнение към договорите са посочени още предмет, страни и срокове; 3 – предоставена е детайлна информация за сключените договори и очакваните ефекти от тях.
Значими условия	Информация за всички значими условия на сключения концес-	0 – не е оповестено; 1 – значимите условия по всеки

**VIII МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ
„ИКОНОМИКАТА В ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ СВЯТ – НАЦИОНАЛНИ,
РЕГИОНАЛНИ И ГЛОБАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ" (ИПС-2017),
12 МАЙ 2017 г., ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА, БЪЛГАРИЯ**

	<p>сионен договор, които биха могли да повлияят върху стойността, времевото разпределение или сигурността на бъдещите парични потоци. В тези условия се включват начина на определяне на концесионното възнаграждение и базата, за неговото изменение; сроковете за изпълнение на инвестиционната програма и размера на договорените инвестиции (както и на бизнес програма); постигането на определени равнища на пътникопоток и/или товарооборот на пристанище.</p>	<p>договор са посочени, но без детайлизация по тях; 2 - в допълнение към условията по договора са посочени и очакваните ефекти, които биха могли да изменят бъдещите парични потоци (като например срокове за достигане на определени равнища на пътникопоток и/или товарооборот, брой кораби в пристанище, инвестиции в инфраструктура и др.); 3 – предоставена е детайлна информация за значимите условия по договора, които биха могли да повлияят върху размера, сроковете и сигурността на бъдещите парични потоци.</p>
<p style="text-align: center;">Допълващи условия</p>	<p>Информация за условия, чиято същност, срокове и стойностно изражение, биха могли да окажат влияние върху обема на бъдещите парични потоци или стойността на притежаваните активи. Например възможността за предоставяне на допълнителни услуги, ползване на активи и инфраструктура, определени задължения и права на концесионера, пряко свързани с обекта (ремонт, рехабилитация, придобиване на активи в края на срока на договора).</p>	<p>0 - не е оповестено; 1 – посочени са свързани условия, но без допълнителна информация за тях; 2 – в допълнение към посочените условия са оповестени и ефектите от тях; 3 – предоставена е детайлна информация за всички условия, които биха могли в бъдеще да рефлектират върху изменение в стойността на активите и/или бъдещите парични потоци на концесионера (права и задължения).</p>
<p style="text-align: center;">Счетоводен модел</p>	<p>Информация за възприетия от концесионера счетоводен модел по отношение на класификацията на споразумението за услуга – финансов актив, нематериален актив или комбинирано прилагане на двата модела. Препоръчително е и оповестя-</p>	<p>0 – приложен модел не е посочен; 1 – приложените модел(и) са посочени, но без допълваща информация; 2 – в допълнение към приложените счетоводни модели, са посочени ефектите от тях; 3 – предоставени са точни инди-</p>

	ване на информация за свързани елементи на финансовите отчети.	катори за приложените счетоводни модели, концесиите които попадат в обхвата на един или друг модел, мотивите за счетоводното им третиране и приложените оценъчни подходи, промените в стойностите на активите.
--	--	--

Източник: Разработена от автора въз основа на изискванията на ПКР 29 Оповестяване – споразумения за концесионна услуга.

Изискванията на ПКР 29 очертават рамката за оповестяване на задължителна информация за концесия във финансовите отчети на концесионера, което обективира критериите в индексът на оповестяване. Следвайки модела за проектиране на индекси за измерване степента на предоставяне и детайлизация на текстова информация, предназначена за външни потребители на финансови отчети, може да се предложи следната примерна структура на индекс:

$$DScore (SIC 29) = \sum_{t=1}^4 (SIC 29 \text{ dimension } t) \sum_{t=1}^4 (SIC 29 \text{ dimension } t) \quad (1)$$

Проектирането на индекс на оповестяване на основата на ПКР 29 по същество е свързано с прилагане на рангова скала за оценка, основана на субективната преценка на относно степента на детайлизация на задължителните оповестявания. Колкото по-висока е стойността на показателя за дадено предприятие концесионер, толкова по-детайлно са спазени изискванията на Разяснението. Субективизмът е присъщ недостатък както по отношение на конкретно предложения индекс, така и по отношение на прилагането на подобен индексен подход, който се признава във всички изследвания с прилагане на сходни индекси. Стремешът да се ограничи равнището на субективизъм, може да бъде изразен в: залагане на критерии, основаващи се задължителна за оповестяване информация във финансовите отчети с общо предназначение; разширяване интервала на оценката (0-3, вместо дихотомна скала, която е най-популярна); и предлагане на съпоставимост между заключенията от изследването и сходни изследвания, при които е използван аналогичен подход.

Заклучение

Проектирането на индекс за оценка на оповестявания се основа на единодушното становище в специализираната литература, че финансовите отчети са най-подходящият източник на финансова и нефинансова информация за едно предприятие. Доверието към тях се повишава за предприятия, които подлежат на независим финансов одит.

Индексът за оповестяване на концесии предоставя възможност за измерване на прозрачността на предоставената информация за тях във финансовите отчети. Неговата значимост нараства със значимостта на концесията за отрасловата принадлежност на концесионера и свързаните активи, пасиви, приходи и разходи.

Използвана литература

1. РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1126/2008 (2016) *РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1126/2008 НА КОМИСИЯТА от 3 ноември 2008 година за приемане на някои международни счетоводни стандарти в съответствие с Регламент (ЕО) № 1606/2002 на Европейския парламент и на Съвета, Официален вестник.*
2. BEATTIE, V., MCINNES, B. AND FEARNLEY, S. (2004) 'A methodology for analysing and evaluating narratives in annual reports: A comprehensive descriptive profile and metrics for disclosure quality attributes', *Accounting Forum*, 28(3), pp. 205–236.
3. BERETTA, S. AND BOZZOLAN, S. (2008) 'Quality versus Quantity: The Case of Forward-Looking Disclosure', *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 23(3), pp. 333–376.
4. BIAŁEK-JAWORSKA, A. AND MATUSIEWICZ, A. (2015) 'Determinants of the level of information disclosure in financial statements prepared in accordance with IFRS', *Accounting and Management Information Systems*, 14(3), pp. 453–482.
5. BRAVO URQUIZA, F., ABAD NAVARRO, M. C. AND TROMBETTA, M. (2009) 'Disclosure indices design: Does it make a difference?', *Revista de Contabilidad*, 12(2), pp. 253–277.
6. FATHI, J. (2013) 'The Determinants of the Quality of Financial Information Disclosed by French Listed Companies', *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(2), pp. 319–336.

7. GIBBINS, MICHAEL; RICHARDSON, ALAN; WATERHOUSE, J. (1990) ‘The Management of Corporate Financial Disclosure: Opportunism, Ritualism, Policies, and Processes’, *Journal of Accounting Research*, 28(1), pp. 121–143.

8. GIORNETTI, A. (2014) *Ifric 12 service concession arrangements and market disclosure quality: Investigation amongst European listed companies in the more extensive scenario of accounting standardization*. Milano: FrancoAngeli. Epub.

9. HASSAN, O. AND MARSTON, C. (2010) ‘Disclosure Measurement in the Empirical Accounting Literature - A Review Article’, *Economics and Finance Working Paper Series*, (10–18), p. 59.

10. HEALY, P. M. AND PALEPU, K. G. (2001) ‘Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature’, *Journal of Accounting and Economics*, 31, pp. 405–440.

11. LIM, S., MATOLCSY, Z. AND CHOW, D. (2007) ‘The Association between Board Composition and Different Types of Voluntary Disclosure’, *European Accounting Review*, 16(3), pp. 555–583.

12. SCALTRITO, D. (2015) ‘Assessing Disclosure Quality: A Methodological Issue’, *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 11(9), pp. 466–475.

13. SINGHVI, S. S. AND DESAI, H. B. (1971) ‘An empirical analysis of the quality of corporate financial disclosure’, *The Accounting Review*, pp. 129–138.

14. ȘTEFĂNESCU, C. A. (2007) ‘Ownership Concentration and Corporate Governance Disclosure – The Case of Financial Institutions’, *Economic science Series*, pp. 830–837.

ЕДНА ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ОПТИМИЗИРАНЕ ДОСТАВКАТА НА ЧАСТИЧНО ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМИ ФАРМАЦЕВТИЧНИ ПРОДУКТИ

Невена Господинова

Икономически университет – Варна

n.gospodinova@ue-varna.bg

Abstract. Transportation of final products is one of the main processes to be optimized in the modern pharmaceutical organizations. It can be accomplished in accordance with different optimality criteria, the most common of which are minimum aggregate transport costs and minimum total time for carrying out the transport. A good way to achieve these optimal results is provided by the methods of mathematical modeling.

In an earlier study the author analyzes one opportunity to optimize the transportation of fully interchangeable pharmaceutical products using a mathematical model, which is based on the linear programming multi-product transportation problem. In terms of pharmaceutical industry two products are interchangeable if they have different brand names, but contain the same active substance – for example an innovative medicine and a generic one.

This paper is an attempt to develop the author's idea by constructing an optimization model that takes into account the possibility of partial substitution between transported pharmaceutical products using interchangeability coefficients. The economic effect of the application of the proposed model is demonstrated by means of a numerical example.

Keywords: *supply, optimization, pharmaceutical product, interchangeability*

Въведение

Транспортирането на готовите продукти е един от основните процеси, към чието оптимизиране се стремят съвременните органи-

зации. Този проблем е основа на множество научни разработки (Николаев 2016; Khan et al. 2016; Uddin et al. 2013), като най-често използваните критерии за оптималност са минимални общи транспортни разходи и минимално време за осъществяване на превозите. Добра възможност за намиране на такива оптимални решения се предоставя от методите на математическото моделиране.

В предишна своя разработка авторът разглежда една възможност за оптимизиране транспортиранието на напълно взаимозаменяеми фармацевтични продукти посредством оптимизационен модел, базиран на многопродуктовата транспортна задача (Господинова 2016). От гледна точка на фармацевтичната индустрия два продукта са взаимозаменяеми, ако имат различни търговски наименования, но съдържат едно и също активно вещество – например иновативно и генерично лекарство.

В настоящия доклад авторът си поставя за цел да доразвие своята идея чрез конструиране на оптимизационен модел, който отчита възможността за частична заменяемост между превозваните фармацевтични продукти.

Постановка на икономико-математическия модел

Постановката на класическата транспортна задача предполага, че се осъществява транспортиране на еднороден продукт (Атанасов et al. 2012, р.183). В настоящата разработка ще разгледаме случай, в който се превозва група от частично взаимозаменяеми фармацевтични продукти. Ще наричаме два продукта „частично взаимозаменяеми”, ако единица от единия може да замени количество от втория, различно от единица². Тази зависимост между продуктите може да се изрази чрез коефициенти на взаимозаменяемост спрямо един продукт, приет за еквивалентен.

Нека m фармацевтични склада A_1, A_2, \dots, A_m (доставчици) разполагат с p вида частично взаимозаменяеми фармацевтични про-

² В случаите, когато на единица от единия продукт съответства единица от втория продукт, двата продукта са напълно взаимозаменяеми.

дукти с наличности $a_1^{(1)}, a_1^{(2)}, \dots, a_1^{(p)}, \dots, a_m^{(1)}, a_m^{(2)}, \dots, a_m^{(p)}$. Тези продукти следва да се доставят до n аптеки B_1, B_2, \dots, B_n (потребители) с потребности $b_1^{(1)}, b_1^{(2)}, \dots, b_1^{(p)}, \dots, b_n^{(1)}, b_n^{(2)}, \dots, b_n^{(p)}$. Известни са транспортните разходи $c_{ij}^{(s)}$ на единица продукт от вид s от доставчика A_i до потребителя B_j ($i = \overline{1, m}, j = \overline{1, n}, s = \overline{1, p}$). Известни са също и коефициентите k_s ($s = \overline{1, p}$) на взаимозаменяемост между s -ти продукт и еквивалентния продукт.

Отчитат се следните предположения: (1) за всеки потребител е безразлично кой вид продукт ще получи; (2) съществуват транспортни връзки между всички доставчици и потребители; (3) транспортните разходи на единица продукт от даден вид са постоянни, независимо от неговото количество; (4) не се допускат превози, както между самите доставчици, така и между потребителите; (5) не се налагат ограничения по отношение на това, кой от доставчиците ще задоволи потребностите на потребителите; (6) общото количество в складовете, приравнено към еквивалентен продукт, е равно на общото количество на потребностите, приравнено към еквивалентен продукт.

В задачата се търси такъв план на превозите, при който потребностите са задоволени и наличностите са извозени, така че общите транспортни разходи да са минимални.

За да съставим математическия модел, въвеждаме означенията: i – индекс на доставчик ($i = \overline{1, m}$); j – индекс на потребител ($j = \overline{1, n}$); s – индекс на продукт ($s = \overline{1, p}$); $y_{ij}^{(s)}$ – неизвестно количество от s -ти продукт, изразено в единици еквивалентен продукт, което следва да бъде доставено от i -ти доставчик до j -ти потребител; Z – общи транспортни разходи.

Представяме всеки от складовете A_i ($i = \overline{1, m}$) като p на брой

склада $A_i^{(1)}, A_i^{(2)}, \dots, A_i^{(p)}$, всеки от които разполага с точно един вид от взаимозаменяемите продукти в количества еквивалентен продукт: $k_1 a_i^{(1)}, k_2 a_i^{(2)}, \dots, k_p a_i^{(p)}$. Потребностите на всеки потребител B_j ($j = \overline{1, n}$) също се изразяват в количества еквивалентен продукт:

$$b_j = \sum_{s=1}^p k_s b_j^{(s)}, \quad j = \overline{1, n}.$$

Транспортните разходи на единица реален продукт се преобразуват към разходи за превоз на единица еквивалентен продукт по формулата:

$$\overline{c_{ij}^{(s)}} = \frac{c_{ij}^{(s)}}{k_s}, \quad i = \overline{1, m}, \quad j = \overline{1, n}, \quad s = \overline{1, p}.$$

Така моделът на транспортната задача има вида:

$$\min : Z = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \sum_{s=1}^p \overline{c_{ij}^{(s)}} y_{ij}^{(s)}; \quad (1)$$

$$\sum_{j=1}^n y_{ij}^{(s)} = k_s a_i^{(s)}, \quad i = \overline{1, m}, \quad s = \overline{1, p}; \quad (2)$$

$$\sum_{i=1}^m \sum_{s=1}^p y_{ij}^{(s)} = b_j, \quad j = \overline{1, n}; \quad (3)$$

$$y_{ij}^{(s)} \geq 0, \quad i = \overline{1, m}, \quad j = \overline{1, n}, \quad s = \overline{1, p}. \quad (4)$$

Задачата на линейното оптимиране (1) – (4) може да бъде решена чрез известните методи за решаване на класическа транспортна задача. Реалните количества от всеки вид продукт се получават по формулата:

$$x_{ij}^{(s)} = \frac{y_{ij}^{(s)}}{k_s}, \quad i = \overline{1, m}, \quad j = \overline{1, n}, \quad s = \overline{1, p}.$$

Приложение на модела с примерни числови данни

Нека два фармацевтични склада A_1 и A_2 разполагат с два частично взаимозаменяеми продукта Π_1 и Π_2 . Наличностите в първия склад са 140 единици от Π_1 и 24 единици от Π_2 , а във втория – съответно 60 и 32 единици от Π_1 и Π_2 . Наличните количества трябва да бъдат доставени до трима потребители B_1 , B_2 и B_3 , чиито потребности от продукта Π_1 са 60, 40 и 90 единици, а от Π_2 – 32, 8 и 20 единици. Коефициентите на взаимозаменяемост между всеки от продуктите и еквивалентния продукт Π са: $k_1 = 0,5$ и $k_2 = 1,25$. Единичните транспортни разходи са представени в таблица 1.

Таблица 1.

Единични транспортни разходи (в лв.)

Склад	Потребител			
	Продукт	B_1	B_2	B_3
A_1	Π_1	1	2,5	1
	Π_2	3,75	3,75	1,25
A_2	Π_1	2	0,5	0,5
	Π_2	3,75	2,5	5

След приравняване на наличностите, потребностите и разходите към еквивалентния продукт, достигаме до следната задача (табл. 2):

Таблица 2.

Условие на транспортната задача

	B_1	B_2	B_3	
$A_1^{(1)}$	2	5	2	70
$A_1^{(2)}$	3	3	1	30
$A_2^{(1)}$	4	1	1	30
$A_2^{(2)}$	3	2	4	40
	70	30	70	

Полученото по метода на потенциалите (Атанасов & Милкова 2011, pp.204–209) оптимално решение в еквивалентен продукт е

$$Y^* = \begin{pmatrix} 60 & 0 & 10 \\ 0 & 0 & 30 \\ 0 & 0 & 30 \\ 10 & 30 & 0 \end{pmatrix}, \text{ като } Z_{\min} = 290.$$

Съответният му оптимален план в реални продукти е

$$X^* = \begin{pmatrix} 120 & 0 & 20 \\ 0 & 0 & 24 \\ 0 & 0 & 60 \\ 8 & 24 & 0 \end{pmatrix}.$$

От него се вижда, че: на потребител B_1 трябва да бъдат доставени 120 единици от P_1 от склад A_1 и 8 единици от P_2 от склад A_2 ; на потребител B_2 трябва да се доставят 24 единици от P_2 от склад A_2 ; потребител B_3 трябва да получи 20 единици от P_1 от склад A_1 , 24 единици от P_2 от същия склад и 60 единици от P_1 от склад A_2 . При този план на доставките общите транспортни разходи възлизат на 290 лв.

Заклучение

Конструираният в настоящия доклад модел представлява нагледен пример за възможностите на математическото моделиране при оптимизиране доставките на готова продукция. Считаме, че оптималните решения на модела могат успешно да се прилагат от мениджърите при вземане на решения относно планирането на транспортните дейности във фармацевтичните предприятия. В следващи работки на автора ще бъде направен опит за:

- прилагане на конструирания модел с реални данни;
- модификация на модела, отразяваща възможността някои от комуникациите „доставчик - потребител“ да са забранени.

Използвана литература

1. АТАНАСОВ, Б. & МИЛКОВА, Т. (2011). *Количествени методи в логистиката*, Варна: Наука и икономика.
2. АТАНАСОВ, Б., НИКОЛАЕВ, Р. & МИРЯНОВ, Р. (2012). *Количествени методи в управлението*, Варна: Наука и икономика.
3. ГОСПОДИНОВА, Н. (2016). Възможност за оптимизиране транспортiranето на взаимозаменяеми фармацевтични продукти. *Сборник с доклади от Конференция на младите научни работници - 2016*, pp.28–37.
4. НИКОЛАЕВ, Р. (2016). *Оптимизиране планирането на производствено-транспортни дейности на предприятието с относителни критерии*, Варна: Наука и икономика.
5. KHAN, A.R. et al. (2016). A New Approach to Solve Transportation Problems. *Open Journal of Optimization*, 5(March), pp.22–30.
6. UDDIN, M.M. et al. (2013). Minimization of Transportation Cost on the Basis of Time Allocation: An Algorithmic Approach. *Jahangirnagar Journal of Mathematics & Mathematical Sciences*, (28), pp.47–53.

ОБЗОР НА ДИВИДЕНТНАТА ПОЛИТИКА НА ПУБЛИЧНИТЕ ДРУЖЕСТВА В БЪЛГАРИЯ (2008 – 2016 г.)

Паруш Тодоров

Икономически университет – Варна

parushtodorov@gmail.com

Abstract. This paper aims to briefly review dividend policy of Bulgarian stock exchange from 2008 to 2016. The main companies who paid dividend are from Finance and Industrial sector. In this period some companies start constant dividend payout policy. However at generally we observe step down number of companies who paid dividend and lower dividend yield.

Keywords: *dividend policy, dividend yield, Bulgarian stock exchange*

Въведение

Дивидентната политика на публичните дружества е важен елемент на финансовия мениджмънт. Редица чуждестранни автори проучват нейното място в корпоративното управление. Важен аспект, в техните изследвания, е влиянието, което тя оказва върху всички заинтересовани лица, свързани с компанията. Дивидентната политика на публичните дружества в България е значително по-слабо проучван проблем. В настоящия доклад е направен кратък преглед на дивидентната политика на публичните дружества в България.

Материали и методи

Проучването на Българска фондова борса – София е труден и сложен процес. Основна причина за това е липсата на данни или трудния достъп до тях. За целите на настоящето проучване е използвана информацията, която е налична в официалния интернет сайт на фондовата борса и интернет сайта <http://www.x3news.com>. Дивиден-

тната доходност на дружествата е определена чрез коефициента „D/P ratio”, изчислен като съотношение между размера на изплатения дивидент и цената на акцията при затваряне в последната сесия, предхождаща датата на Общото събрание на акционерите.

Резултати и обсъждане

През разглеждания период между 2008 – 2016 г. общо 82 публични дружества са раздавали паричен дивидент. В отделните години броят им варира, но като цяло се наблюдава тенденция на намаляване на броя на дружествата, разпределящи дивидент. Докато през 2008 г. и 2009 г. над 10% от публичните дружества разпределят дивидент, в края на периода този процент спада на 7,8%. През 2009 г. най-голям брой дружествата разпределят част от своята печалба – 42. Те представляват 10,4% от всички публични компании. В следващите години се наблюдава намаляване на дружествата желаещи, да раздадат дивидент. Балансът между започващи и прекратяващи изплащането на дивидент дружества през периода е негативен. Единствените положителни години са 2009 г. и 2015 г.

Таблица 1.

Динамика на дружествата, изплащащи дивидент в периода 2008 – 2016 г.¹

Година	N _{all}	N _D	N _{прод.}	N _{нов.}	N _{прек.}	Изменение
2008	381	36	-	-	-	-
2009	404	42	17	25	19	6
2010	403	36	28	8	14	-6
2011	397	36	29	7	7	0
2012	401	35	27	8	9	-1
2013	392	34	28	6	7	-1
2014	387	27	24	3	10	-7
2015	378	29	22	7	5	2
2016	371	29	24	5	5	0

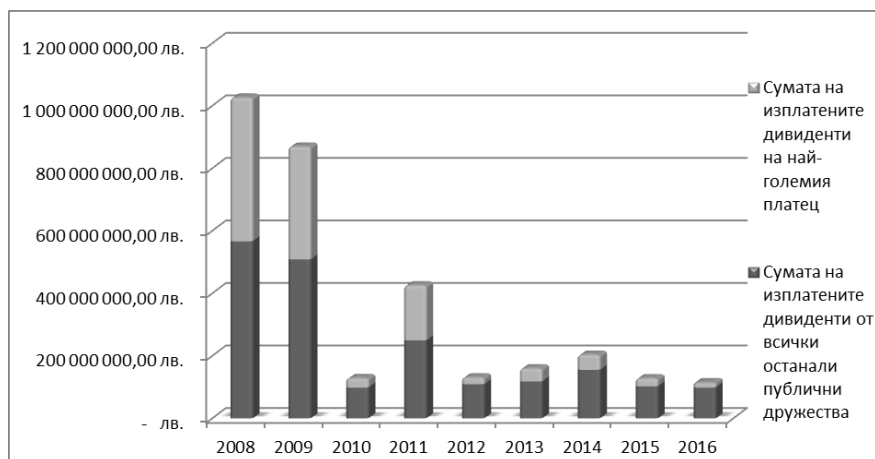
Източник: Собствени изчисления; x3news.com; bse-sofia.bg

¹ Посочената година е тази, в която е раздаден дивидент. Общият брой дружества е определен на база данните посочени в „Отчет за дейността на „Българска фондова борса – София“ АД“ за съответната година.

Друг важен показател е и броя на дружествата, които изплащат дивидент повече от един път. Между 2008 – 2016 г. единствено три компании са раздавали всяка година дивидент. Те са: Софарма имоти АДСИЦ-София; Стара планина Холд АД-София и Албена Инвест Холдинг АД-к.к. Албена. Осем от дружествата разпределят част от своята печалба през осем години от разглеждания период. Към тях се числят: Кораборемонтен завод Одесос АД-Варна; Фазерлес АД-Силистра; Софарма трейдинг АД-София; Дружба стъklarски заводи АД-София; Унифарм АД-София; Булленд инвестмънтс АДСИЦ-София; БГ Агро АД-Варна и Делта кредит АДСИЦ-София. Всички от изброените по-горе дружества с изключение на първите две изплащат всяка година дивидент в периода от 2009 до 2016 г.

Албена АД-к.к. Албена; Монбат АД-София; Трейс груп холд АД-София; Медика АД-София; Алкомет АД-Шумен; Фонд за недвижими имоти България АДСИЦ-София; Агроенерджи Инвест-АДСИЦ и Складова техника АД-Горна Оряховица са изплащали дивидент седем години от разглеждания период, а Адванс Терафонд АДСИЦ-София; Софарма АД-София; Никром тръбна мебел АД-Ловеч; Енергоремонт Холдинг АД-София и ФьърПлей Пропъртис АДСИЦ-София шест години. Към дружествата, които са изплащали дивидент в продължение на пет години, се включват: Зенит Агрохолдинг АД-София; Златен лев Холдинг АД-София; Пълдин Холдинг АД-Пловдив; Каолин АД-Сеново. Останалите 54 дружества са разпределяли дивидент за четири или по-малко години, като фирмите, които са изплащали паричен дивидент еднократно, са 29 на брой.

Нестабилността на дивидентна политика и намаляващият брой на дружествата на БФБ - София, които изплащат дивидент, оказва влияние върху размера на общата сума на разпределената печалба.



Фигура 1. Изплатени дивиденди в периода от 2008 – 2016 г.

Източник: Собствени изчисления; x3news.com

През разглеждания период, видно от фигурата по-горе, се отчита намаление на средствата, които се отделят за дивидент. Най-голяма част от печалбата е разпределена през 2008, 2009 и 2011 г. от БТК АД – София. След 2012 г. общата сума на разпределения дивидент от публичните дружества в България варира около сумата от 100 000 лв. Дружествата, разпределили най-голям дивидент през останалите години от разглеждания период, са: 2010 г. – ТБ Корпоративна търговска банка АД-София; през 2012, 2013 и 2015 г. е Адванс Терафонд АДСИЦ-София; за 2014 г. – ЧЕЗ Разпределение България АД-София и за 2016 г. – Дружба стъкларски заводи АД-София.

Таблица 2.

Максимална и минимална абсолютна стойност на изплатения дивидент.
Максимална и минимална стойност на съотношението D/P
за периода 2008 – 2016 г.

Година	Dmax	Dmin	D/Pmax (%)	D/Pmin (%)
2008	13,86 лв.	0,001 лв.	182,30%	0,095%
2009	58,00 лв.	0,01 лв.	1838,35%	0,013%
2010	7,40 лв.	0,003 лв.	134,55%	0,017%
2011	5,75 лв.	0,0016 лв.	37,63%	0,002%
2012	853,85 лв.	0,01 лв.	1075,19%	0,036%
2013	2,98 лв.	0,002 лв.	24,00%	0,007%
2014	250,00 лв.	0,02 лв.	20,83%	0,091%
2015	6,19 лв.	0,005 лв.	208,30%	0,035%
2016	2,60 лв.	0,01 лв.	21,73%	0,032%

Източник: Собствени изчисления; x3news.com; bse-sofia.bg

Най-големият дивидент по отношение на абсолютна стойност е изплатен от Фарин ЕАД-Добрич през 2012 г. в размер на 853,85 лв. Най-високата стойност на коефициента D/P през същата година се достига при разпределения дивидент от страна на Булгари резерв пропъртис АДСИЦ-София в размер на 1075,19%. През разглеждания период същото дружество достига до най-високите нива на коефициента D/P. Той приема стойности от 1838,35% през 2012 г. През 2008 г. е изплатен най-малкият дивидент в размер на 0,001 лв. от Парк АДСИЦ-София. Най-малката стойност на коефициента от 0,002% се достига през 2011 г. в следствие на изплатения от страна на ФеърПлей Пропъртис АДСИЦ-София дивидент в размер на 0,002 лв. при 100 лв. цена за акция.

Разпределеният дивидент варира не само между различните дружества, но и през различните години на едно и също дружество. Някои дружества се стремят да провеждат дивидентна политика, целяща поддържане на постоянен размер на изплатения дивидент. Такива са следните публични компании: Никром тръбна мебел АД-Ловеч (0,1 лв.; 2011 – 2014 г.); Албена АД-к.к. Албена (0,5 лв.; 2008 – 2010г.); ЕМКА АД-Севлиево (0,0421 лв.; 2014 – 2016 г.); Каолин АД-Сеново (0,15 лв.; 2009 – 2011 г.); Пълдин Холдинг АД-Пловдив

(0,12 лв.; 2010 – 2012 г.); Медика АД-София (0,15 лв.; 2012 – 2013 г.); БГ Агро АД-Варна (0,8 лв.; 2012 – 2013 г.) и Софарма АД-София (0,7 лв.; 2012 – 2014 г.; 2016 г.).

Заклучение

Дивидентната политика, провеждана от публичните дружества в България през разглеждания период, може да се характеризира с липса на стабилност. Въз основа на обзора направен в настоящия доклад са изведени два основни въпроса: „Какви фактори определят дивидентната политика в България?“ и „Влияе ли дивидентната политика върху цената на акциите на публичните дружества и тяхната ликвидност?“. Отговорите на тези въпроси ще бъдат търсени в следващи изследвания по темата.

ВРЪЗКАТА МЕЖДУ РАЗКРИВАНЕТО НА ДАННИ И ИНФОРМАЦИОННАТА АСИМЕТРИЯ НА КАПИТАЛОВИТЕ ПАЗАРИ

Александра Янчева

Икономически университет – Варна

alexandray@ue-varna.bg

Abstract. The issue of disclosure of information on securities in the stock market and its commitment to the information asymmetry is becoming increasingly relevant in the recent decades. The scope of information asymmetry among investors can be characterized by the likelihood of a particular order to buy or sell to be made by an investor holding inside information. This requires a thorough analysis of how the generated asymmetry may be affected by the disclosure of information by the companies trading in the capital markets. Establishing a link between the quality of disclosure and information asymmetry is essential for managers, investors, financial professionals and regulatory authorities. Disclosure is an effective way to influence investors in their attempt to discover difficult-to-access public information. According to many studies, disclosure contributes to the reduction of costs stemming from information asymmetry, and is regarded as a factor in making corporate strategic decisions. The relationship between disclosure of information and information asymmetry can be reviewed in several aspects including the ability to make informed trading, the change in investors' behaviour and their desire for acquiring information.

Keywords: disclosure, information asymmetry, capital markets, informed trading

Въведение

Информационната асиметрия е пазарна фрикция, която се проявява на капиталовите пазари в случай, че единият от участниците

при сключване на сделка притежава по-голям обем от информация и има възможност да направи по-информирано решение. По-конкретно при търговията с ценни книжа, асиметрична информация е налице, когато или купувачът, или продавачът има повече информация за миналата, настоящата или бъдещата стойност на ценната книга. Възникналата ситуация предлага на един или повече инвеститори, притежаващи вътрешна информация, по-добра възможност за реализиране на печалба от покупката или продажбата на ценните книжа и се създават условия за появата на неблагоприятен избор. На пазара на търговия с ценни книжа възникват необичайно големи дисбаланси. Това изисква по-задълбочен анализ на въпроса как създадената асиметрия може да бъде повлияна от разкриването на данни от страна на фирмите. Разглеждането на корелацията между посочените явления на пазара на ценни книжа може да се систематизира в следните направления: възможностите за реализиране на информирана търговия на база степен на информационна обезпеченост, стремежът за придобиване на данни на участниците на капиталовия пазар, честотата на разкриването на данни и качеството им.

Материали и методи

Настоящата разработка се базира на преглед на значителна литература, събиране и обработване на материали с цел представяне на теоретичните постановки и достигнатите научни резултати от признати автори по въпросите за информационната асиметрия и разкриването на данни и изследването на връзката между тях в областта на капиталовите пазари.

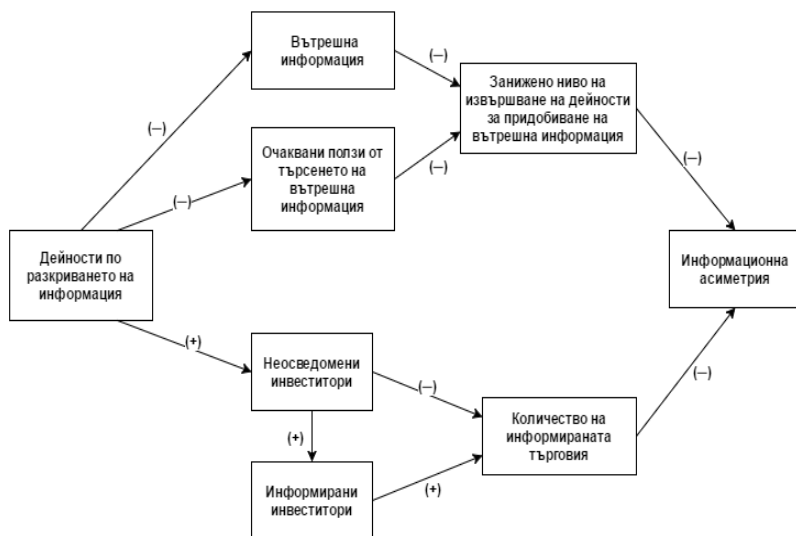
Резултати и обсъждане

За да се инвестира справедливо, компаниите трябва да разкриват и „добрата“, и „лошата“ информация. В миналото изборителното ѝ разкриване е бил сериозен проблем за инвеститорите, тъй като т.нар. инсайдъри често са се възползвали от вътрешната информация за собствената си печалба, за разлика от инвеститорите, които разполагат само с публичната информация. В наши дни преобладават

мненията, че разкриването на данни може да бъде ефективен начин за повлияване на инвеститорите при опита им за намиране на трудно достъпна публична информация. В този смисъл според Diamond & Verrecchia (1991) разкриването на информация допринася за намаляването на разходите, произлизащи от информационната асиметрия и се отчита като фактор при вземането на стратегически корпоративни решения.

Една от посоките, чрез която разкриването на данни влияе върху информационната асиметрия, е посредством поведението на неосведомените инвеститори (такива, които не притежават вътрешна информация). Според хипотеза на Merton (1987) за „разпознаваемост на инвеститорите“ (Investor Recognition Hypothesis) трейдърите са по-склонни да инвестират във фирми, които познават добре или които могат да оценят като предпочитани. Ако разкриването на повече информация увеличи прозрачността на фирмата и/или намали разходите за получаване на публична информация, то тогава действията по разкриване на информация предизвикват неосведомените инвеститори да търгуват повече с акциите на въпросната фирма. Fishman & Hagerty (1989) публикуват изследване, в което представят подобно становище, а именно – когато неинформираните инвеститори вече имат достъп до определена информация, те започват да участват по-активно на пазара.

На фигура 1 са представени различни зависимости между разкриването на данни и информираните и неосведомените инвеститори според Brown & Hillegeist (2007) и как това влияе върху информационната асиметрия. Знакът (+) в схемата представлява правопрпорционална връзка, а знакът (-) се асоциира с отрицателна зависимост. Авторите посочват, че дейностите по разкриването на данни, оказват влияние в поведението на неосведомените до този момент инвеститори, които започват да сключват повече сделки на пазара на ценни книжа и по този начин и се намалява нивото на информационната асиметрия.



Фигура 1. Връзка между разкриването на информацията и информационната асиметрия

Източник: Brown, S., S. A. Hillegeist. (2007) *How disclosure quality affects the level of information asymmetry*. *Review of Accounting Studies* 12, pp.443-447.

През последните години различни автори правят подобни изследвания. Zagaglia (2013) заключава, че регистрирането на информационно събитие води до появата на информационна асиметрия между участници на пазара, тъй не всички имат еднакъв достъп до информацията. Моделът, който представят е базиран на този, изведен от Glosten & Milgrom (1985). Към тях се присъединяват и проучванията на Brennan, Huh & Subrahmanyam (2014) за възможностите за информираната търговия на база на получаването на „добри“ и „лоши“ новини, както и Vaiman & Verrecchia (1996).

За разлика от гореспоменатите, при предишни научни публикации се посочва, че когато на пазара започнат да търгуват повече неосведомените инвеститори, тогава интересът на информираните инвеститори също се увеличава. Такава е концепцията на Albert Kyle (1985).

Друга посока на влиянието върху информационната асиметрия

проследява промяната в стремежа на инвеститорите за придобиване на вътрешна информация спрямо честота на събитията по разкриване на данни. Verrecchia (1982) разглежда ситуация, в която публично обявената информация е идеален заместител на вътрешната информация. Количеството на ценната вътрешна информация, която инвеститорите решават, че трябва да притежават, в общия случай води до публичното оповестяване именно на тези данни. Оказва се, че вътрешната и публично обявената информация са взаимнозаменяеми и имат същия ефект за трейдърите. Diamond (1985) също установява, че инвеститорите се демотивират да се сдобиват с вътрешна информация, когато фирмите провеждат политика за разкриване на данни. Според хипотезата на Nealy & Palepu (2001) за транзакциите на капиталовите пазари, фирмите имат стимул доброволно да разкриват информация, за да намалят разходите, причинени от информационната асиметрия.

Brown & Hillegeist (2007) също изследват връзката на разкриването на данни с информационната асиметрия, като по-специално те акцентират върху отрицателната корелация между качеството на обявената информация и честотата на тези събития. Те откриват, че осъществяването на дейности по връзки с инвеститорите и публикуването на информация на годишна база повлиява в посока намаляване на информационната асиметрия, докато ако това става на тримесечие, информационната асиметрия между инвеститорите се увеличава – т.е. ако информацията се обявява твърде често, то е по-вероятно тя да бъде неакуратна и погрешно оценена от инвеститорите.

Заклучение

Според посочените изследвания може да се обобщи, че преобладават резултатите, определящи връзката между разкриването на данни и информационната асиметрия като обратнопропорционална. Все повече се налага мнението, че завишеното ниво на разкриване на данни съдейства за намаляване на информационните различия между инвеститорите и за увеличаване на обема на търговията на фондовия пазар. От друга страна, следва да се има предвид, че честотата на разкриването на данни има значение за прецизността им. Колкото по-

често се обявява информация, толкова по-голяма е вероятността тя да бъде неточна. В този смисъл се твърди, че разкриването на данни се счита за ефективен начин при оказване на съдействие и влияние за намиране на трудно достъпна информация. Финансовата информираност, комуникацията и близостта с инвеститорите изпълняват важни икономически функции, тъй като намаляват информационната асиметрия между пазарните агенти на капиталовите пазари.

Използвана литература

1. BAIMAN S., R. VERRECCHIA. (1996) *The Relation among Capital Markets, Financial Disclosure, Production Efficiency, and Insider Trading*. Journal of Accounting Research, Vol. 34 No. 1, pp.1-22.
2. BRENNAN, M. J., S.-W. HUH, A. SUBRAHMANYAM. (2014) *Asymmetric Effects of Informed Trading on the Cost of Equity Capital*. pp.1-57. [Online] <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2199723>
3. BROWN, S., S. A. HILLEGEIST. (2007) *How disclosure quality affects the level of information asymmetry*. Review of Accounting Studies 12, pp.443-447.
4. DIAMOND, D. W. (1985) *Optimal release of information by firms*. Journal of Finance, Vol. XL, No.4, pp.828–862.
5. DIAMOND, D. W., R. E. VERRECCHIA. (1991) *Disclosure, Liquidity, and the Cost of Capital*. The Journal of Finance. Vol. XLVI, No. 4, pp.1325-1327.
6. FISHMAN, M. J., K. M. HAGERTY. (1989) *Disclosure decisions by firms and the competition for price efficiency*. Journal of Finance, Vol. XLIV, No. 3, pp.633–646.
7. GLOSTEN, L. R., R. P. MILGROM. (1985) *Bid, ask, and transaction prices in a specialist market with heterogeneously informed trader*. Journal of Financial Economics 14, pp.71-100.
8. HEALY, P.M., K.G. PALEPU. (2001) *Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature*. Journal of Accounting and Economics 31, pp.405-440.
9. KYLE, A. S. (1985) *Continuous auctions and insider trading*. Econometrica, Vol. 53, No. 6, pp. 1315–1335.
10. MERTON, R. C. (1987) *A Simple Model of Capital Market Equilibrium with Incomplete Information*. The Journal of Finance, Vol. XUI, No. 3, pp.483-510.
11. VERRECCHIA, R. E. (1982) *The use of mathematical models in financial accounting*. Journal of Accounting Research, Vol. 20 Supplement, pp.1-46.
12. ZAGAGLIA, P. (2013) *PIN: Measuring Asymmetric Information in Financial Markets with R*. The R Journal, Vol. 5/1, pp.80-86.

Тематично направление

**„ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ,
ИНВЕСТИЦИИ И ИНОВАЦИИ”**

АВТОНОМНИТЕ АВТОМОБИЛИ И НЯКОИ ОТ ВЪПРОСИТЕ, КОИТО ПРОВОКИРАТ

Донка Желязкова

Икономически университет – Варна

d_zhelyazkova@ue-varna.bg

Abstract. Innovative solutions in transport are associated with many achievements, one of which is autonomous cars or vehicles driven without human intervention. Regard to this arise some questions relating to legal responsibility in case of accident. Currently are known two basic approaches concerning of taking criminal liability in case of accidents involving autonomous car: closed and open. Meanwhile autonomous cars solve the problem of transport related to discriminatory position, which is part of our society, they offer an opportunity for active independent participation in the transport processes of people without a license or with health problems that are currently dormant participants assisted in overcoming certain destinations.

Keywords: autonomous cars, ethics

Въведение

Навлизането в експлоатация на автономните автомобили ще бъде едно от най-сериозните открития в тази индустрия. Иновацията се откроява с редица предимства за всички участници в пътното движение, т.к. ще редуцира до присъщо необходим минимум участието на човешкия фактор и по този начин ще допринесе за намаляване на риска при осъществяването на организацията на движение по пътищата.

Модерните решения отчитат редица позитиви, но и пораждат множество предизвикателства преди да навлязат масово в ежедневието.

Настоящата разработка има за цел да разгледа същността на автономните автомобили и да конкретизира някои от въпросите, които те провокират.

**Теоретична постановка на въпроси,
породени от навлизането в експлоатация
на автономните автомобили**

Основните въпроси, които поражда появата на автономните автомобили и които търсят решение днес, са не само технически и икономически, а и чисто етични, произтичащи главно от тяхната концептуална същност, определени като превозни средства, които сами се управляват, наричани още безпилотни автомобили или автоматизирано управлявани превозни средства, тоест автомобили, при които след даден първоначален момент решенията, свързани с управлението се вземат без намесата на човека.

В тази връзка Националната администрация за сигурност по пътищата на САЩ е изготвила система за определяне на нивото на автоматизация (U.S. Department of Transportation, 2016, p. 9):

Ниво 0: Водачът управлява превозното средство през цялото време.

Ниво 1: Автоматизирана система (АС) на превозното средство, понякога може да помага на водача при управлението на превозното средство, като например чрез електронен контрол на стабилността или автоматични спирачки.

Ниво 2: АС на превозното средство може действително да осъществява някои етапи от управлението на превозното средство, докато водачът извършва мониторинг на пътната обстановка и изпълнява останалата част от превоза. Две или повече функции могат да бъдат автоматизирани, например адаптивен круиз контрол в комбинация с автоматично престрояване и навигиране на лентите.

Ниво 3: АС може едновременно да осъществява част от управлението на автомобила и мониторинг на пътната обстановка, но водачът трябва да има готовност да си върне контрола, когато автоматизираната система го изисква. На това ниво водачът може напълно да се откаже от контрола на всички функции, които са от критично значение за безопасността при определени условия. Автомобилът усеща, когато условията изискват водачът да възстанови контрола си и предоставя „достатъчно удобно време за прехода”, за да го напра-

ви.

Ниво 4: АС изпълнява всички функции критични за безопасността на цялото пътуване, като водачът не очаква да контролира превозното средство по всяко време, но тази система може да работи само в определени среди и при определени условия.

Ниво 5: АС може да изпълнява всички функции при всякакви условия от началото до края, включително паркиране и това означава, че водач може напълно да липсва.

Следователно, основната отличителна характеристика от конвенционалните превозни средства е свързана с експлоатацията на изкуствен интелект, който замества частично или напълно човешкия фактор при управлението с неговите рационални и емоционални решения. На практика при екстремни пътни ситуации е необходимо да бъде формирана база от данни, която да осигурява възможност за избор при вземане на решение и предприемане на мерки за предотвратяване на пътно-транспортни произшествия. Особено значение за предотвратяване на нежелани събития на пътя ще имат комуникационните решения като технологията car-to-car communication, която ще позволява обмен на информация с другите превозни средства в реално време, като по този начин ще гарантира предварителното разкриване на аварийни ситуации или такива, евентуално заплашващи сигурността на пътниците. Комуникиращите си в мрежа автомобили ще „знаят“ много повече не само за средата, в която се движат, но и ще бъдат осигурени срещу евентуални повреди на датчици, сензори, радари, каквито се случват в съвременните системи за сигурност и могат да застрашат живота при евентуален отказ (замърсяване, счупване, лоши атмосферни условия и др.) или зловредни въздействия.

Независимо от развитието на технологиите, свързани с превенцията от настъпване на пътно-транспортни произшествия, остава на лице фактът, че софтуерът на автомобила ще бъде длъжен да избира между няколко потенциално опасни действия. Това поражда един от тези въпроси, свързани с наказателната отговорност, която от юридическа гледна точка е отговорност на лицето, което е извършило

общественоопасно, противоправно и виновно деяние, относимо към съществуваща в закона заплаха, с налагане на наказание. Въпросът тук се комплицира от позицията на автономността на управлението на превозното средство, тоест от отсъствието на човешкия фактор като водач на пътното превозно средство, каквато е практиката при конвенционалните транспортни средства. По смисъла на Женевската конвенция за движението по пътища, открита за подписване на 19 септември 1949 г. и влязла в сила на 26 март 1952 г.: „Всяко превозно средство или комбинация от превозни средства, преминаващи като единица трябва да има водач“, който „трябва по всяко време да може да контролира своето превозно средство или да насочва своите животни. При приближаване на други участници в движението, той трябва да вземе такива мерки, каквито са необходими за безопасността на последните“ (Geneva Convention on Road Traffic, 1949).

По-късно Виенската конвенция определя тези термини в потесен смисъл като чл. 1 Определения, раздел (V), гласи: „Водач е всяко лице, което управлява моторно превозно средство или друго превозно средство (включително с едно колело), или което направлява добитък, самостоятелно или в стада или ята, или впрегнати, в група или ездитни животни на пътя.

Освен това, този човек трябва да отговаря на определени критерии:

- Всеки водач трябва да притежава необходимите физически и умствени способности и да е във физическо и психическо състояние за шофиране.

- Всеки шофьор по всяко време трябва да бъде в състояние да контролира своето превозно средство или за насочване на животните си“ (Vienna Convention on Road Traffic, 1968).

Следователно, настоящото определение на „водач“ като лице, което управлява, изключва ефективен достъп до тези технологии на групите лица с потребност да се възползват от тях, каквито са възрастните хора, хората с увреждания и др.

Очертани са два варианта за решаване на получените несправедливости. Единият е да се определят софтуерни системи, които да

контролират автономни превозни средства и лица. Вторият е да се промени формулировката на Виенската конвенция за „лица или неща“. Последното се препоръчва (Bradshaw-Martin, H., C. Easton, 2014).

В този случай са на лице три страни участници в процеса, които биха могли да поемат отговорността при настъпване на пътно-транспортно произшествие (ПТП) в зависимост от договореностите. Това са: производителят, собственикът или лицето, което експлоатира автономния автомобил, тоест което в момента на възникване на произшествието е в ролята на пътник.

За да се установи отговорността, когато възникне ПТП, е необходимо за всеки автомобил предварително да бъдат декларирани поетите етични ангажименти, чрез софтуерни решения и колкото по-сериозни са тези ангажименти по отношение здравето и живота на пешеходците, например, толкова по-ниски да бъдат дължимите данъци и такси към държавата и общината.

Логично тук възниква и въпрос във връзка с т. нар. етична дилема, която може да бъде асоциирана с известната във философията „Дилемата с трамвая“, която гласи: „Представете си, че виждате трамвай, чийто механизъм за управление се поврежда в движение и той се е насочил с висока скорост по нанадолнище към петима души, които са в капан, ако не спре. Застаналите сте на тесен пешеходен мост, редом до голям мъж. Ако бутнете мъжа на релсите, трамваят ще го блъсне и... ще забави движение преди да е ударил и убил петимата. Мъжът ще умре, но петимата други ще бъдат спасени. Бихте ли го направили? Бихте ли пожертвали мъжа, ако със сигурност щяхте да ги спасите?“¹. При автономните автомобили тази дилема трябва да намери своето решение при разработването на софтуера, който ще го управлява, за да може в реално време да се направи избор:

- Дали да се запазят животът и здравето на пет души за сметка

¹ Този въпрос е класически мисловен експеримент, известен като „Дилемата с трамвая“. Той е разработен от философа Филипа Фут през 1967 г. и адаптиран от Джудит Джарвис Томпсън през 1985 г.

на един.

• Дали да се запази животът и здравето на дете за сметка на възрастен и т.н.

Именно в този контекст се конкретизира и ролята на етиката като философско изследване на определени въпроси в частния и обществения живот, които са предмет на морално съждение. От позицията на етиката за решаване на проблеми от такова естество трябва да бъдат възприети някои морални принципи, касаещи това, което е в наша власт, за което можем да носим отговорност и за което има определени санкции, когато те са нарушени (Lacey, A. R., 1996, p. 70, p. 221) . На тази основа можем да определим ролята на човешкия фактор като превантивна намеса при решаване на ситуационни казуси, които могат да се превърнат в реалност в един бъдещ времеви период и приемайки възможността за оказване на влияние върху софтуера на автомобила, човекът да поеме отговорността и респективно произтичащите санкции при установено нарушение на възприетите морални принципи.

На настоящия етап са известни два основни подхода във връзка с поемането на наказателна отговорност при настъпване на ПТП с участието на автономен автомобил: затворен и отворен.

- При затворения подход производителят на автономния автомобил поема отговорността при настъпване на ПТП. Негова задача е да заложи в софтуера поетите етични ангажименти и да постави пред потребителя непреодолими бариери за настъпване на промени, а купувачът да се съгласява с техните параметри от момента на сключва на договора за покупко-продажба.

- При отворения подход потребителят на автономния автомобил поема отговорността при настъпване на ПТП. В случая потребителят има делегирани права да променя софтуера, т.е. субективно да определя границите на своите етични ангажименти.

В даден момент очакванията са да бъдат въведени забрани човекът изобщо да шофира, т.к. негово участие в движение се оценява като високо рисково.

Този факт от една страна поставя нови хоризонти пред някои от

икономическите агенти, като например, пред производителите и търговците на алкохол, които могат да повишат продажбите при отпадането на ограниченията за употреба на алкохол при движение с автомобил или пред застрахователите, чийто основен интерес е свързан с превенция на риска от настъпване на застрахователни събития. От друга страна отсъствието на водачи, употребили спиртни напитки, би оказало положителен ефект не само върху застрахователния бизнес, но преди всичко върху броя на катастрофите и следователно върху случаите с летален край.

Навлизането на автономните автомобили в практиката не бива да се свързва единствено с възникването на въпроси от принципно ново естество, но и с решаването на един важен проблем, който традиционно съпътства развитието на обществото. А именно проблемът с дискриминацията, в случая с дискриминацията на хора без лиценз за управление на транспортни средства или на такива със здравословни проблеми (незрящи, с увреден слух, с Алцхаймер и др.) да участват пълноценно в движението по пътищата като субекти, които могат самостоятелно да мигрират по желана от тях дестинация, без да е необходимо да бъдат подпомагани. Това ще стане реалност благодарение на осъществяването и на такива проекти като европейската програма за глобални навигационни услуги “Галилео”, първата, конкретно предназначена за цивилни цели, спътникова позиционираща и навигационна система, имаща опция, например, да мониторира болни със загуба на паметта.

Заклучение

Изводите, които могат да бъдат формулирани във връзка с въпроси, породени от навлизането в експлоатация на автономните автомобили, са:

1. От позицията на етиката решаването на въпроси, касаещи поемането на отговорност при евентуално настъпване на нежелано събитие, каквото е ПТП, трябва да се основава на определени морални принципи, които произтичат от факта, че човекът е в състояние да упражни власт над процесите, да носи отговорност и да понесе санкции при тяхното нарушаване. Към момента наказателната отговор-

ност при настъпване на ПТП, която от юридическа гледна точка е отговорност на лицето, при автономните автомобили се вмения или на производителя на автомобила, или на неговия потребител, в зависимост от избрания подход.

2. Автономните автомобили решават един от проблемите на транспорта, свързан с дискриминационната позиция, в която се намира част от обществото, като разкриват възможност за активно самостоятелно участие в транспортните процеси на хора с увреден слух, зрение и други здравословни проблеми, както и на дееспособни лица без необходимите компетентности, които в момента са пасивни участници, подпомагани при преодоляване на определени дестинации.

Модерното общество инвестира сериозен потенциал в развитието на технологии, целящи да повишат комфорта на населението, да решат важни проблеми, свързани с мобилността и да предотвратят кризисните ситуации на пътя, като по този начин запазят живота и здравето на хората. Едно такова съвременно технологично решение са автономните автомобили, които ще допринесат за постигане на посочените цели, но и ще поставят за решаване актуални въпроси, с които правото, етиката и моралът не са се сблъскали до момента. Техните решения трябва да търсят баланс, за да защитят интересите на всички участници в процеса – производители, купувачи, водачи, пътници, пешеходци, държавата и местната власт.

Използвана литература

1. BRADSHAW-MARTIN, H., C. EASTON. (2014) *Autonomous or 'driverless' cars and disability: a legal and ethical analysis*. European Journal of Current Legal Issues, Vol. 20, №3.
2. *Geneva Convention on Road Traffic*. U. N. C. o. R. a. M. Transport. Geneva (1949), Article 8.
3. LACEY, A. R. (1996) *A Dictionary of Philosophy*. King's College, University of London,.
4. U.S. Department of Transportation (NHTSA – National Highway Traffic Safety Administration). (2016) *Federal Automated Vehicles Policy*.
5. *Vienna Convention on Road Traffic*. U. N. E. a. S. Council. Vienna (1968), Article 1.

ПРОУЧВАНЕ НА НАГЛАСИТЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ОТНОСНО ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ЯДИВНИ ПОКРИТИЯ В ХРАНИТЕЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ

Събка Пашова, Радослав Радев,
Георги Димитров, Йордан Иванов

Икономически университет – Варна
spashova@ue-varna.bg

Abstract. The edible films are continuous thin layer, made from proteins, polysaccharides, lipids, antimicrobial components or a mixture of them. Once delivered on the food they improve quality by slowing down unwanted changes, prolonging their shelf life, improving the outlook and giving them certain properties.

The current study focuses on a current problem such as innovative models in the circular economy, especially the application of edible coatings in food technologies. The study uses a research of consumer attitudes in North-East Bulgaria about the use of foods, which contain edible coatings, as a plot to summarize the guidelines and recommendations for improvement of innovative models in the circular economy.

The study is part of Project NPI #3 of University of Economics – Varna in the professional field 3.8. Economics for scientific research: “Innovative models in the circular economy: challenges and opportunities in front of the Bulgarian small and medium enterprises”

Keywords: *innovative models, circular economy, edible coatings*

Въведение

От края на 20-и век и с оглед глобалните тенденции за противодействие на замърсяването на околната среда ядивните покрития започват все по-често да се използват за запазване качеството на различни хранителни стоки. Те са непрекъснат, тънък слой от хидроко-

лоиди (протеини, полизахариди, липиди), антимикробни компоненти или комбинация между тях, като веднъж нанесени върху стоката, те стават неделима част от нея [11]. Ядивните покрития: намаляват трансфера на хранителните компоненти от състава на стоките от един слой в друг или в околната среда; притежават защитни свойства за ароматичните вещества, водните пари, кислород, физични и механични въздействия; придават гланц и привлекателен външен вид на стоките. Приложението им е предпоставка за запазване качеството и свойствата на стоките при провеждане на логистични операции. Ядивните покрития в много случаи се използват като заместители на синтетичните опаковки, притежават редица предимства пред тях, основно, от които е, че не замърсяват околната среда, тъй като са биоразградими и се консумират заедно със стоката [2].

В световен мащаб използването на ядивните покрития е широко застъпено за запазване свойствата и качеството при съхранение на различни зеленчуци (домати [8], [10], моркови [6], пипер [15], целина [13]), плодове (банани [16], манго [19], авокадо [17], цитрусови плодове [20], ябълки [3], [5], [18], мандарини [12], краставици [4], [7]), ядки [1], яйца [21], месо [14], колбаси [22] и риба [9].

Кръговата икономика се определя като индустриална икономика, която има за цел да намали количеството на отпадъците и замърсяването на околната среда. През 2015 г. Европейската комисия (ЕК) приема нов пакет от мерки, свързан с кръговата икономика, чиято цел е да стимулира прехода на Европа към икономика, което да повиши конкурентоспособността в световен мащаб, да стимулира устойчивия икономически растеж и да създаде нови работни места [24]. Според ЕК старият линеен модел на икономически растеж вече не е в състояние да отговаря на изискванията на съвременното общество. Моделът *„взemi, произведи и изхвърли“* е неприемлив и трябва да бъде променен. Концепцията на кръговата икономика е запазване на стойността на продуктите и материалите възможно най-дълго време, генерирането на минимално количество отпадъци, оптимално използване на ресурсите и тяхното запазване в икономиката, когато продуктът достигне края на жизнения си цикъл, а те се из-

ползват многократно за създаване на допълнителна стойност. Този модел икономика насърчава производството на иновативни продукти, чрез които потребителите постигат финансови икономии и подобряват качеството си на живот [25].

Целта на настоящото изследване е да се проучат нагласите на потребителите относно използването на ядивни покрития в хранителните технологии.

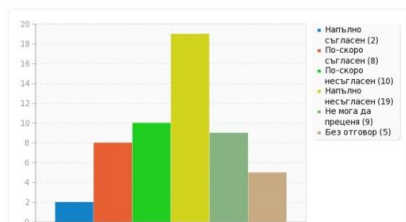
Материали и методи

При набирането на потребителите за проучването е използван *стохастичният (или случаен) метод на подбор*. При него всички единици на генералната съвкупност имат равен шанс да попаднат в извадката на изследването. По този начин структурата на извадката възпроизвежда с определена точност структурата на цялата генерална съвкупност. Така се осигурява представителност на информацията, която е получена за извадката, но в границите на определена стохастична грешка, може да бъде отнесена към цялата генерална съвкупност. Колкото по-голям е абсолютният размер на извадката, толкова по-голяма е степента на представителност на данните.

При набиране на необходимата информация за изследването е използван метода на *допитването*. Проведено е проучване сред потребителите, като 72-ма респонденти, мъже и жени на възраст между 18 и 65 години, са участвали в онлайн анкета. От 72-мата респонденти, участвали в проучването, 40 са попълнили изцяло въпросника, а 32 са го попълнили частично. Анкета има за цел да проучи нагласите на потребителите да изберат, закупят и консумират храни с нанесени на повърхността им ядивни покрития.

Резултати и обсъждане

Проведеното проучване доказва, че за над 80% от респондентите непреработените храни са изключително полезни за тяхното здраве, а над 82% твърдят, че консумират тези храни най-често и ги предпочитат пред замразените, преработените и консервирани храни (фиг. 1 и фиг. 2).



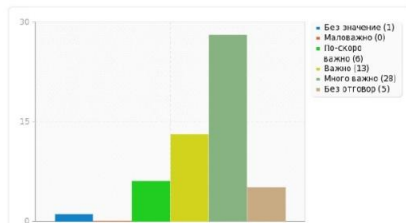
Фигура 1. Съгласие с твърдението замразените храни запазват по-добре хранителните свойства



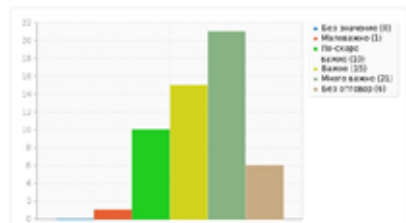
Фигура 2. Значимост на фактора качество при взимане на решение за покупка

Източник: Собствени изследвания от проведеното анкетно проучване.

Според респондентите факторите, които имат най-голямо влияние, при вземане на решение за покупка на непреработени храни са качеството на продукта над 83% (фиг.2), вид на продукта (плодове, зеленчуци, месо, мляко и др.) над 77% (фиг.3), външен вид 68% (фиг.4).



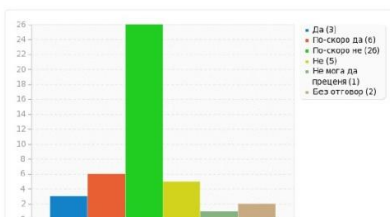
Фигура 3. Значимост на фактора вид на продукта при взимане на решение за покупка



Фигура 4. Значимост на фактора външен вид на продукта при взимане на решение за покупка

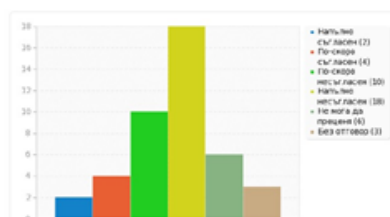
Източник: Собствени изследвания от проведеното анкетно проучване.

Два от факторите качеството и външният вид, които потребителите определят като важни при техния избор могат да бъдат подобряни чрез използването на ядивните покрития в хранителните технологии. На въпросът дали потребителите са запознати със същността на ядивните покрития, по-голямата част от респондентите, малко над 72% (фиг.5), признават че не са запознати.



Фигура 5. Запознати ли сте със същността на ядивните покрития?

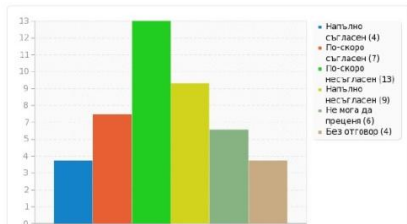
Източник: Собствени изследвания от проведеното анкетно проучване.



Фигура 6. Съгласие с твърдението „Бих предпочел/а да консумирам храни с ядивни покрития“

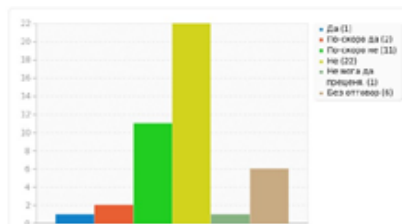
Въпреки направените разяснения и доказаните положителни ефекти от използването на ядивни покрития в хранително-вкусовата промишленост, над 65% (фиг.6) от анкетираните отговарят отрицателно на въпроса дали биха предпочели да консумират храни с ядивни покрития и едва 15 %, че биха консумирали такъв вид храни.

Друг подобен въпрос, дали биха заменили преработените храни, които консумират с храни с ядивни покрития показва същата тенденция в отговорите на респондентите, над 51% отговарят отрицателно и около 25 % отговарят положително (фиг.7). Положителните ефекти от използването на ядивни покрития в ХВП са само очаквани и те не могат да бъдат сигурни преди да опитат храните с, нанесени на повърхността покрития.



Фигура 7. Съгласие с твърдението „Бих заменил/а преработените храни, които консумирам с храни с ядивни покрития.“

Източник: Собствени изследвания от проведеното анкетно проучване.



Фигура 8. „Запознати ли сте с екоиновациите, които производителите на храни с, нанесени на повърхността ядивни покрития следва да въведат с цел да гарантират понижаване на генерираните отпадъци?“

Проведеното изследване доказва, че 77% (фиг.8) от анкетираните не са запознати с екоиновациите, които производителите на храни с нанесени на повърхността ядивни покрития следва да въведат и едва 7% смятат, че имат познания за екоиновациите.; 50% от тях

твърдят, че ако производителя на храни с нанесени на повърхността ядивни покрития, генерира незначително количество отпадъци или събира разделно своите производствени отпадъци, това ще повлияе върху техния избор.

Заклучение

Въз основа на извършеното проучване на нагласите на потребителите относно използването на ядивни покрития в хранителните технологии се установи следното:

Над 72% от потребителите не са запознати със същността на ядивните покрития, а това е основната причина поради която те не биха предпочели да консумират храни с ядивни покрития. 25 % от потребителите са категорични, че биха заменили преработените храни, които консумират с храни с ядивни покрития.

Около 77 % от респондентите не са запознати с екоиновациите, които производителите на храни, с нанесени на повърхността ядивни покрития следва да въведат с цел да гарантират понижаване на генерираните отпадъци, а 50% от тях твърдят, че ако производителя на храни с нанесени на повърхността ядивни покрития, генерира незначително количество отпадъци или ги събират разделно, това ще повлияе върху техния избор.

Получените резултати от проучването на нагласите на потребителите относно използването на ядивни покрития в хранителните технологии доказват необходимостта от повишаване на информираността на потребителите по отношение на ползите от използването на ядивните покрития, като акцента следва да е върху: повишаване на периода на съхранение на продуктите върху които са нанесен ядивните покрития; запазване на качеството за по-дълъг период от време; екологични аспекти от ядивните покрития.

Приложението на ядивни покрития в хранителните технологии следва да се разглежда и представя пред потребителите като: екоиновация, която ще допринесе за насърчаване на кръговата икономика; технологична иновация, която е в подкрепа на създаването на екологична и безотпадна среда за/от фирмите, която цели подобряване чистотата и безопасността на стоките и околната среда.

Използвана литература

1. ПАНЧЕВ, И., К. НИКОЛОВА, М. ЗЛАТАНОВ, С. СЪЙНОВ. (2007) Пектинови емулсионни филми със слънчогледов и пчелен восък, Научни трудове, УХТ, Пловдив, с. 387- 392.
2. ПАШОВА, С., И. ПАНЧЕВ, Р. РАДЕВ, Г. ДИМИТРОВ. (2013) Приложение на ядивни филми и покрития в хранителните технологии, Сборник доклади от XII юбилейна научна конференция с международно участие по Стокознание, Варна, с.292 – 301.
3. ANGHEL, R. (2011) The influence of wax protection film on apple fruits, in order to maintain their quality during cold storage. *Lucrări științifice - vol. 54, Nr. 1, seria Agronomie*, 87 - 90.
4. AL - JUHAIMI, F., GHAFOOR K., BABIKER E. (2012) Effect of gum arabic edible coating on weight loss, firmness and sensory characteristics of cucumber (*Cucumis sativus* L.) fruit during storage. *Pakistan journal of botany*, 44, (4), pp. 1439 - 1444.
5. ALLEYNE, V., HAGENMAIER R. (2000) Candelilla - shellac: an alternative formulation for coating apples. *Horticultural science*, 35, (4), pp. 691-693.
6. AVENA-BUSTILLOS, R., L. CISNEROS-ZEVALLOS, J. KROCHTA, M. SALTVEIT, (1994) Application of Casein-Lipid Edible Film Emulsions To Reduce White Blush On Minimally Processed Carrots. *Postharvest Biol. Technology*, 4, pp. 319-329.
7. BAHNASAWY A. & KHATER G. (2014) Effect of wax coating on the quality of cucumber fruits during storage. *Food processing & technology*, 5 (6):339-346.
8. CHAUHAN, O., NANJAPPA C., ASHOK N., RAVI N., ROOPA N., RAJU P. (2013) Shellac and Aloe vera gel based surface coating for shelf life extension of tomatoes. *Journal of food science and technology*, 52(2): 1200–1205.
9. COMA V. (2010) Polysaccharide-based Biomaterials with Antimicrobial and Antioxidant Properties *Polímeros*, Overview pp. 1 – 12
10. EL – GHAOUTH, A., R. PONNAMPALAM, F. CASTAIGNE, J. ARUL (1992) Chitosan Coating to Extend the Storage Life of Tomatoes., *HortScience* 27(9), pp. 1016-1018.
11. EMBUSCADO, M., HUBER, K., (2009) *Edible Films and Coatings for Food Applications*, New York, Springer, p.1-3
12. HASSAN, Z., LESMAYATI, S., QOMARIAH, R. AND HASBIANTO, A. (2014) Effects of wax coating applications and storage temperatures on the quality of tangerine citrus (*Citrus reticulata*) var. Siam Banjar. *International food research journal*, 21(2):641-648.
13. KROCHTA, J., A. PAVLATH, N. GOODMAN. (1990) Edible Films From Casein-Lipid Emulsions for Lightly Processed Fruits and Vegetables, p. 329. In W.

Spieß and H. Schubert (ed.) Engineering and Food. Elsevier, New York.

14. KHAN M., ADREES M., TARIQ M. AND SOHAIB M. (2013) Application of edible coating for improving meat quality: A review. Pakistan journal of food sciences, Volume 23, Issue 2, page(s): 71-79.

15. LERDTHANANGKUL, S., KROCHTA, J. (1996) Edible Coatings Effects on Postharvest Quality of Green Bell Peppers, Journal of Food Science, 61, pp. 176-179.

16. MALMIRI, H., OSMAN, C. TAN, RAHMAN, R. (2011) Evaluation of effectiveness of three cellulose derivative-based edible coatings on changes of physico-chemical characteristics of ‘Berangan’ banana (*Musa sapientum* cv. Berangan) during storage at ambient conditions, International Food Research Journal 18(4): pp. 1381-1386.

17. MAFTOONAZAD N., RAMASWAMY H. (2005) Postharvest shelf-life extension of avocados using methyl cellulose-based coating LWT 38 pp. 617 – 624.

18. OCHOA, E., SAUCEDO - POMPA S., ROJAS - MOLINA R., GARZA H., CHARLES - RODRÍGUEZ A., NOÉ AGUILAR C. (2011) Evaluation of a candelilla wax -based edible coating to prolong the shelf - life quality and safety of apples. American journal of agricultural and biological sciences, 6, (1), pp. 92 - 98.

19. PLOTTO A., K. GOODNER, E. BALDWIN, J. BAI, RATTANAPANONE N. (2004) Effect of polysaccharide coatings on quality of fresh cut mangoes (*Mangifera Indica*) Proc. Fla. State Hort. Soc. 117: pp.382-388.

20. POTJEWIJD R., M. NISPEROS, J. BURNS, M. PARISH, E. BALDWIN. (1995) Cellulose-based Coatings as Carriers for *Candida guilliermondii* and *Debaryomyces* sp. in Reducing Decay of Oranges Hort Science 30(7): pp. 1417–1421.

21. SUPPAKUL P., K. JUTAKORN, Y. BANGCHOKEDDEE (2010) Efficacy of cellulose-based coating on enhancing the shelf life of fresh eggs Journal of Food Engineering 98 pp. 207–213.

22. TREVISANI, M., CECCHINI, M., SICONOLFI, D. MANCUSI, R. AND ROSMINI R. (2017) Effects of Beeswax Coating on the Oxidative Stability of Long-Ripened Italian Salami. Journal of food quality, pp. 5.

23. Модул 2. Основни социологически методи за набиране на информация и анализ. Проект осъществен с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейски социален фонд.

24. Circular Economy Overview - <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/overview/concept>

25. Европейска комисия - Информационен документ. Пакет от мерки за кръговата икономика: Въпроси и отговори, Брюксел, 2 декември 2015 г. - http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-6204_bg.htm

ИНВЕСТИЦИОННИЯТ РИСК В СЕКТОР „ТЪРГОВИЯ” – СЪСТОЯНИЕ И КРАТКОСРОЧНА ПРОГНОЗА

Христо Трайков

Икономически университет – Варна

hristo.traykov@gmail.com

Abstract. This article represents the current situation and provides short run prognosis about the development of the investment risk in Commerce sector. Object of analysis is the investment risk dependence in Commerce sector from the economic cycle. The factor analysis is based on uncertainty of turnover and investment and their relation to uncertainty of GDP. Period of analysis and prognosis 2010-2019.

Keywords: *investment risk, turnover, systematic risk, prognosis, commerce*

Въведение

Инвестиционният риск в реалния сектор на българската икономика, в т.ч. в сектор „Търговия” не е добре дефиниран и все още не е обект на системен научен анализ. В теорията, както и в практиката на търговията няма общо приети подходи и методи за определяне и изследване на инвестиционните рискове. Поради тази причина част от настоящата разработка се фокусира около дефиницията и обектите на анализ, докато останалата част се съсредоточава около емпиричните резултати и краткосрочната прогноза на риска, свързан с някои ефекти.

Материали и методи

Инвестициите в сектор „Търговия”, определени като процес на създаване, натрупване и придобиване на капитал под формата на дълготрайни материални активи и запаси, е в основата на предлагането на стоки и услуги, задоволяване на търсенето, реализирането на

оборот, създаването на заетост и добавена стойност. Ефектите от инвестиционния процес в търговията представляват широка гама от икономически и социални показатели пряко свързани с брутния вътрешен продукт, състоянието на трудовия пазар, състоянието на стоковия пазар, инфраструктурата на предлагането и т.н.

В настоящата разработка определяме инвестиционния риск в сектор „Търговия” като нивото на несигурност, свързано с темповете на изменение на величината, структурата и ефектите на инвестиционния процес. Обекти на изследването са както нивото на обща и систематична нестабилност на бруто капиталобразуването в сектор „Търговия” – общо и по структурни елементи: бруто образуване на основен капитал и изменение на запасите, но също така основния ефект от инвестиционния процес – величината на оборота. Допълнителни ефекти, които трябва да се изследват при инвестиционния риск са темповете на изменение на брутната добавена стойност, създадена в търговията, възвръщаемостите на единица бруто капиталобразуване общо и по структурни елементи, темповете на заетостта и технологичното обновяване на търговския бизнес, темповете на потреблението на единица инвестиция и др. Както се вижда, системният анализ на инвестиционния риск в търговията трябва да се фокусира върху широка гама от показатели, свързани с основните ефекти и ефективността на търговската дейност.

Общото ниво на инвестиционния риск се представя от стандартното отклонение на темповете на изменение на съответните показатели за даден период. Едновременно с това систематичният риск спрямо даден фактор на ефектите се представя от произведението

$$\beta * \sigma_f,$$

където: β – систематична чувствителност на изследвания ефект спрямо фактора

$$\beta = \frac{(\text{ефект}; \text{фактор})}{(\text{фактор})}$$

σ_f – общ риск (стандартното отклонение) на темпа на фактора

Прогнозата за развитието на оборота използва следния модел:

$$ER_{\text{оборот}} = a + \beta * ER_{\text{БВП}},$$

където: $ER_{\text{оборот}}$ – очакван темп на развитие на оборота в търговията
 $ER_{\text{БВП}}$ - прогнозен темп на развитие на БВП
 β – систематична чувствителност на темпа на оборота спрямо темпа на БВП
 a – параметър при $ER_{\text{БВП}} = 0$

Прогнозата на риска се основава на очакваната величина на стандартното отклонение на ефекта ($E\sigma$) в съответствие със заложената прогноза за развитието на фактора.

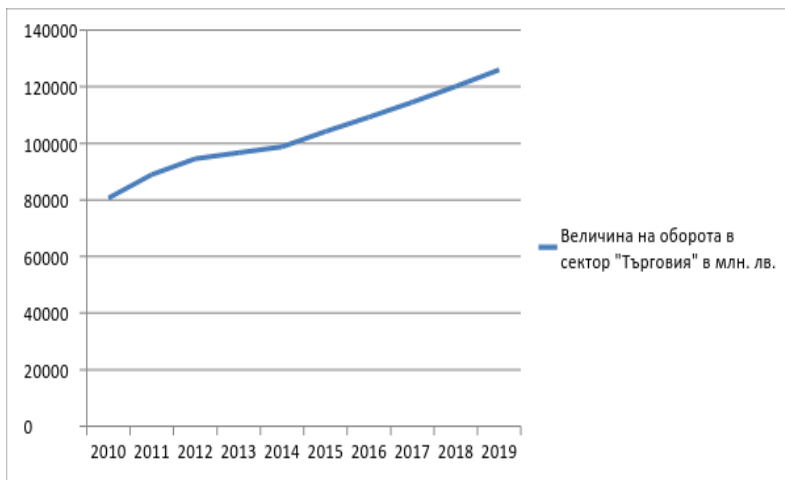
Значимостта на настоящото изследване произлиза от факта, че за периода 2010-2015 год. в сектор „Търговия” величината на инвестициите представлява средно 10% от общата величина на бруто капиталообразуването в националната икономика. Величината на оборота в търговията, като един от основните ефекти на инвестициите, е средно с 18% по-висока от величината на БВП. През периода 2010-2015 год. брутообразуването на основен капитал в търговията плюс изменението на запасите са свързани с размер на оборота от порядъка на 80,626 млрд. лв. през 2010 до 104,177 млрд. лв. през 2015 год.

Същевременно величината на оборота за същия период се изменя между 114,34% от БВП през 2010 год. до 123,75% през 2013 год. и 117,67% през 2015 год.

При средногодишен темп на изменение на оборота от 5,3% за периода 2010-2015 год. размерът на риска е 3,01%. Величината на този риск е следствие на нестабилността на темпа на оборота, който се колебае между 10,31% през 2010 и 2,17% през 2014 год.

Резултати и обсъждане

При заложен среден темп на развитие на БВП за периода 2016-2019 год. в размер на 2,63%, величината на оборота в сектор „Търговия” се очаква да достигне 120,116 млрд. лв. през 2018 год. и 125,979 млрд. лв. през 2019 год. (фиг. 1)



Фигура 1. Състояние и прогноза за развитието на оборота в сектор „Търговия“ за периода 2010-2019 год. в млн. лв.

Източник: Изчислено на база Актуализирана средносрочна бюджетна прогноза за периода 2017-2019 год., Министерство на финансите, Октомври 2016 год. и данни на Евростат за структурна бизнес статистика – Търговия.

В съответствие с прогнозната величина на оборота в сектор „Търговия“ може да се направи извода, че инвестиционният риск, свързан с размера и темпа на продажбите ще се понижава. Във величината на риска се наблюдава ясно изразена цикличност. През периода 2010-2015 год. средногодишната величина на риска е 2,25%, докато през прогнозния период 2016-2019 год. очакваната средногодишна величина на риска се понижава чувствително до 0,44%. Пониската величина на инвестиционния риск предпоставя разширяване на предлагането на стоки и услуги, стабилизиране на търсенето и на продажбите, които ще са в основата на разширяване на инвестиционния процес в сектора.

При използването на аналогичен модел за прогнозиране на размера на инвестициите в зависимост от развитието на БВП се получават следните резултати:

Отрицателен средногодишен темп на изменение на бруто капиталобразуването в сектор „Търговия” за периода 2016-2019 год. в размер на -8,82%, като в края на прогнозния период се очаква инвестициите да се понижат с 8,15%. Това общо понижение на инвестициите ще се предизвиква от свиването на инвестиционния процес, насочен към бруто образуването на основен капитал – средногодишно за периода -5,06%. Едновременно с този процес изменението на запасите ще трябва да се увеличава с много високи положителни темпове: +187,56% средно за периода, като през 2019 год. темпът на изменение на запасите се очаква да достигне +188,42%.

Получените резултати изискват сериозно реструктуриране на инвестициите в сектор „Търговия” по посока на намаляване на относителното тегло на инвестициите в дълготрайни материални активи и същевременно сериозна корекция на стоковото предлагане, подкрепено от високите положителни темпове на изменение на запасите. Периодът 2016-2019 год. е подходящ преди всичко за придобиване на вече създадени дълготрайни материални активи чрез поглъщания и сливания, и реструктуриране на стоковото предлагане.

При използването на тази стратегия за реструктуриране на инвестиционния процес търговските предприятия ще могат да се възползват от много ниските очаквани стойности на инвестиционния риск. От 15,49% през 2016 год. инвестиционният риск се очаква да се понижи до 0,29% през 2018 год. и 0,34% през 2019 год. Тези бенчмаркове на риска предпоставят повишаване на ефективността на инвестиционния процес в сектор „Търговия” във всички възможни направления на ефектите.

Заклучение

През прогнозния период 2016-2019 год. в сектор „Търговия” се очакват много високи темпове на развитието на оборота. Успоредно с това търговските предприятия трябва да реструктурират инвестиционния си процес по посока на понижаване относителното тегло на инвестициите в дълготрайни материални активи и корекция на запасите в съответствие с основните тенденции в търсенето на стоки и

услуги. Използването на подобна стратегия за оптимизиране на инвестиционния процес предполага повишаването на неговата ефективност от гл.т. на критериите за оптимизация на риска.

Използвана литература

1. Министерство на финансите, Актуализирана средносрочна бюджетна прогноза за периода 2017-2019 год., Октомври 2016 год.
2. <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Database by Themes; Industry, Trade and Services; Structural Business Statistics; SBS - Trade; Annual Detailed Enterprise statistics for Trade, [Accessed: 15/04/2017]
3. <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Database by Themes; National Accounts; Annual National accounts; Detailed breakdowns of main GDP aggregates; National accounts aggregates by industry; Gross fixed capital formation by industry, [Accessed: 15/04/2017]

ДОХОДНОТО НЕРАВЕНСТВО, ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ И ИКОНОМИЧЕСКИЯ РАСТЕЖ

Христо Мавров

Икономически университет – Варна

mavrov_h@ue-varna

Abstract. The paper surveys the basic theories of the relationship between income inequality and economic growth. It describes and evaluates the various causal mechanisms through which inequality affects growth. A conclusion is made that the investment in human capital appears to be the most important channel for the poor countries to narrow the gap with the rich ones.

Keywords: *income inequality, human capital, economic growth*

Въведение

В годините след икономическата криза доходното неравенство в редица страни се задълбочава. И не случайно се превръща в основен глобален риск и проблем номер едно на Световния икономически форум от 2012 до 2015 г. Изследванията на влиянието на този процес върху различни аспекти на икономическия и социалния живот на съвременните общества се увеличават. Особено силен е интересът към взаимодействието между неравенството и икономическия растеж. И докато емпиричната литература в тази област нараства, недостатъчно са разработени въпросите за механизмите (каналите) чрез които доходното неравенство ограничава темповете на икономически растеж. Основната идея в доклада е, че в условията на икономика, основана на знанието, задълбочаването на доходното неравенство ограничава възможностите за инвестиране в човешкия капитал и поради това се явява пречка пред производителността и икономическия растеж.

Еволюция на теоретичните концепции

В макроикономическата литература могат да се открият четири основни виждания за ролята на доходното неравенство върху икономическия растеж и за опосредстващите тази роля механизми.

Първата теоретична концепция произтича от все още доминиращата неокласическа парадигма. Тя защитава тезата за несъществеността на доходното разпределение и породеното от това неравенство за икономическото развитие. Както се отбелязва в Мавров (2016) неокласическата теория приема, че разпределението на доходите и богатството, а следователно и неравенството, се определя от пределната производителност на факторите на производство, главно труд и капитал. Теорията за пределната производителност осъществява своеобразна равнопоставеност между факторите на производство и при разпределението на доходите между тях (а и между индивидите). Тази равнопоставеност решава проблема със справедливостта и поради това ролята на разпределението на доходите и възможното доходно неравенство изцяло се пренебрегва. Неокласическата теория разглежда неравенството като естествен резултат от пазарния процес. Така в неокласическата парадигма теорията за разпределението на доходите не се приема за централен въпрос на макроикономическата теория и е извън обсега на научните изследвания. Механизмът, изразяващ връзката между неравенство и растеж в неокласическата теория може да се представи чрез следния модел

Факторни пазари → Теория за пределната производителност → Неравенство в доходите

Втората теоретична концепция, разглеждаща ролята на неравенството върху растежа, известна като класическа, е свързана с името на Н. Калдор (1956). Според тази концепция доходното неравенство може да има положително влияние върху растежа. Конкретният механизъм се основава на идеята, че богатите имат по-голяма пределна склонност към спестяване в сравнение с бедните. Така по-високото начално доходно неравенство води до увеличаване на спестяванията

на богатите, те от своя страна се трансформират в инвестиции на капиталовия пазар. Това води до натрупване на физически капитал. Физическият капитал е в основата на ускорения икономически растеж. Според тази концепция конкретният механизъм се проявява чрез натрупването на физически капитал и може да се представи чрез следния символичен модел:

**Високо доходно неравенство → Увеличени спестявания →
Увеличени инвестиции → Натрупване на физически капитал →
Висок икономически растеж**

Положителната връзка между неравенство и растеж се отстоява и от Ли и Зоу (1998). Те защитават позицията, че доходното неравенство не е пречка за растежа. Бариера срещу растежа е не самото доходно неравенство, а породеното от това желание за преразпределение чрез по-високи данъци. Логиката им е, че стремежът за установяване на по-доходно изравнени общества изисква преразпределение и натоварване на данъчната система. А повишаването на данъците намалява инвестиционната активност и оттам растежа. Следващата схемата представя механизма на влияние на доходното неравенство върху растежа според Ли и Зоу:

Първо направление (социален резултат)

**Високо доходно неравенство → Желание за преразпределяне
→ Увеличени данъци → 1) Намаляване на неравенството**

Второ направление (икономически резултат)

**Високо доходно неравенство → Желание за преразпределяне
→ Увеличени данъци → 2) Намаляване на инвестициите → Намаляване натрупването на физически капитал → Нисък икономически растеж**

В крайна сметка чрез преразпределение се постига социален ефект – доходно по-изравнено общество, но цената за това са по-ниски темпове на растеж. Така обществата са изправени пред избор между социална справедливост и растеж.

Третата теоретична концепция обосновава наличието на обратната зависимост между доходно неравенство и икономически растеж. Защитници на тази теза са Алезина и Пероти (1993), Пърсън и Табелини (1994), Кастело и Доменех (2002). Те привеждат доказателства, че нарастващото неравенство влияе негативно върху производителността, растежа и стабилността на обществото. Тази концепция може да се илюстрира чрез схемата:

**Високо доходно неравенство → Ниска производителност
→ Нисък икономически растеж**

Четвъртата концепция възприема съществуването на нелинейна зависимост между неравенството и растежа. Може би най-известният защитник на нелинейната зависимост е Роберт Бароу (2000). Неговият основен извод е, че тази връзка е различна за бедните и богатите страни-отрицателна при бедните и положителна за богатите страни. Той дори определя и т.н точка на пречупване за бедни и богати страни - 2000 долара от 1985 г. Схематично изводите на Бароу могат да се представят така:

Бедни страни (БВП на човек под 2000 долара 1985)

Високо доходно неравенство → забавен икономически растеж

Богати страни (БВП на човек под 2000 долара 1985)

Високо доходно неравенство → висок икономически растеж

Нелинейна зависимост, но с обратна причинност, отстоява и Галор и Моав (2004). Те приема, че в ранните етапи от развитието, в периода на начална индустриализация, когато остовен фактор на развитието е натрупването на физически капитал, неравенството може да изиграе положителна роля за растежа. При такива условия е валидна тезата на Калдор за положителна зависимост между неравенство и растеж. На по-късни етапи на развитието, човешкият капитал придобива решаващо значение. В тези условия нарастващото

неравенство може да се окаже пречка за икономическия растеж. Обратно. Едно по-равномерно разпределение на доходите позволява инвестиране в човешкия капитал на по-широка основа, а с това и осигуряване на условия за по-динамичен растеж. Механизмът на влияние на неравенството върху растежа според Галор е следният:

Ранен етап на икономическо развитие (физическият капитал е двигател на растежа)

**Високо доходно неравенство → Увеличени спестявания →
Увеличени инвестиции → Натрупване на физически капитал →
Висок икономически растеж**

Съвременен етап на икономическо развитие (човешкият капитал е двигател на растежа)

Високо доходно неравенство → Недоинвестиране в човешки капитал → Нисък икономически растеж

Основни резултати

Извършеният преглед на основните теоретични виждания за ролята на неравенството върху растежа и механизмите, чрез които се предава това влияние може да послужи като основа за следните обобщения.

Първо, през последните 20 години все повече се налага виждането, че неравенството не е просто пасивен резултат от икономическото развитие (неокласическата парадигма), а може да играе съществена активна роля върху икономическия растеж.

Второ, тази роля може да е положителна или отрицателна и това в голяма степен зависи от етапа на икономическо развитие или от икономическото равнище на дадена страна. Посоката и силата на връзката остават дискуссионни.

Трето, в някои от по-новите публикации човешкият капитал се представя като механизма, чрез който се влияе върху производителността и растежа. Смятаме, че подобна позиция, която е в контекста на ендегенните теории за растежа, заслужава сериозно внимание и има значителен потенциал за изследване.

Заклучение

Доходното неравенство не е само пасивен резултат от действието на пазарните сили, а може да влияе съществено върху икономическия растеж. В съвременните условия инвестициите в човешкия капитал са основният фактор за преодоляване на разрыва между бедни и богати страни.

Използвана литература

1. МАВРОВ, ХР. (2016) Неокласическата теория и съвременните тенденции в доходното неравенство - критичен поглед. В сб. с доклади „Критиката на неокласическия икономикс в светлината на глобалната финансово-икономическа криза от 2008-2009 г.“ Изд. „Наука и икономика“, ИУ – Варна.
2. ALESINA, A., & PEROTTI, R. (1993). Income Distribution, Political Instability and Investment”, *NBER Working Papers*, 4486, National Bureau of Economic Research, Inc., 1
[Online] Available from: <http://www.nber.org/papers/w4486> [Accessed: 12/1/2014]
3. BARRO, R. (2000) Inequality and Growth in a Panel of Countries. *Journal of Economic Growth*. Volume 5, Issue 1, pp 5–32
4. CASTELLO, A. & DOMENECH, R. (2002) Human capital inequality and economic growth: some new evidence* *The Economic Journal*, 112 (March), C187±C200 [Online] Available from: <http://kumlai.free.fr/RESEARCH/THESE/TEXTE/INEQUALITY/Neoclassique/Humain%20capital%20inequality%20and%20economic%20growth.pdf> [Accessed: 12/3/2017].
5. GALOR, O. & MOAV. O. (2004) From Physical to Human Capital Accumulation: Inequality and the Process of Development. *Review of Economic Studies*. [Online] Available from: <http://piketty.pse.ens.fr/files/GalorMoavRES2004.pdf> [Accessed: 22/2/2017].
6. KALDOR, N., (1956) “Alternative Theories of Distribution”, *Review of Economic Studies*, 23(2): 94-100
7. LI, H. & HENG-FU ZOU. (1998) Income Inequality is not Harmful for Growth: Theory and Evidence. *Review of Development Economics*, 2(3), 318–334
8. PERSON, T., & TABELLINI, G. (1994). Is Inequality Harmful for Growth?, *American Economic Review*, Vol. 84(3)

LEGAL SURVEY WHEN INVESTING IN CONDOMINIUM BUILDING

Bisserka Marinova

**University of Architecture, Construction
and Urban Planning, Sofia, Bulgaria**

bismarinova@gmail.com

Abstract. The study is focused on the necessary checks that should be conducted by the transferee of private property in a building under condominium ownership in order to make an informed purchase decision. Analyzed are the major issues related to the volume of ownership rights and legal obligations arising from the quality "owner" with respect to the availability of common areas: the degree of completion of the building (in connection with the time when occurs the condominium and the possibility of entitlement property, not only the building right, as well as the obligation to form the body of the Condominium Management); does the condominium include any common parts of the land, (in connection with the opportunities to use them); what is the form of government of the condominium (management as a shared ownership under the Ownership Act, management by the General Assembly or by Association of Owners); are there any decisions of the general Assembly, which may lead to monetary liabilities for the new owner (for completion of the building or it's refurbishment or renovation; expenses for ongoing maintenance and management of condominiums; are there signed management contracts that commit the next owner. The sources of obtaining information during the investigation are also mentioned in the study. Special attention is paid to practical issues arising from the condominium: membership of the seller in owners association; the amount of the cost of the condominium when the object of property is non-residential or has a separate entrance; the possession of animals in the building; possible problems in investing in projects in complexes of

"closed type" and others.

Keywords Condominium, risks, investment, management, purchase

The object of the study is relevant because of the huge number of buildings that are in condominium regime. "In the condominium there is a special mode of management issues, use, changes in the building or in individual units in it in result of the cumulative existence of joint ownership, respective - shares of the common parts which are an integral and accessory part of the property right on every separate object of ownership". (Marinova, 2012, p.30).

As **survey approach** are used the scientific methods: system analysis, the formal legal method and general scientific methods such as induction and deduction, analysis and synthesis. The conclusions are made in accordance with the relevant legislation, case - law and legal doctrine.

Sources of information about a specific building in a condominium and about the particular object of acquisition may be:

1. the public Register of Association of Owners, created under Art.25 Para (1) of Condominium Ownership Management Act (COMA), which the municipal or regional administration shall create and maintain as stipulated in Article 44. (1) of COMA and in Decree № RD-02-20-8 from 11.05.2012 of the Minister of Regional Development and Public Works;

2. the public Property register in the Agency for entries;

3. the reports made by the manager / board (Art. 23, para. 2, p. 12 of COMA)

4. documents, presented by the current owner of the property

5 information, obtained through a notary, who will carry out the transfer of property rights (Art. 19 of the Law on Notary)

6. deklaration of the current owner of the property for authentication of negative circumstances.

A key question for the rights and obligations of the future owner is **by what legal regime the condominium is governed.**

Particular attention should be paid in the hypothesis when the seller is a member of an Association of owners in the condominium. Under Article 30 Para. (1) of COMA in the version of the SG. 26/2016, membership and the obligations required before the change of ownership might pass to the new owner - if this is agreed.

ACTUAL LEGAL MODES OF MANAGEMENT OF THE COMMON PARTS IN CONDOMINIUM	
Management in buildings with up to three individual units, where the units belong to more than one owner -	under the rules of common ownership (Art. 3 of COMA): Art. 30, para 3, Art. 31, para 1 and Art. 32 of the Property Act
Management under COMA	Management by General Assembly – Art. 10 - Art. 24
	Management by Association of owners: Art. 25 - Art. 37
Management of “closed” type complexes	Management contracts under Art. 2 of COMA

Figure 1. The legal regime of governance in condominium

Source: Marinova, 2012, p. 88

In case of *management of "closed" type complex* the registered in the Property Register notarized management contracts with the investor are binding for the subsequent owner (Art. 2 of COMA).

The stage of completion of the building in which the object is situated, is crucial about: 1) the legal possibility to acquire ownership of the unit of property, because before fulfilled stage "rough construction" only construction right exist and may be transferred (Decision № 1131 of 07/27/1995 of the High Court, Chamber IV, in case № 743 / 95; Decision № 45 of 12.03.2010 of the Supreme Court of Cassacion of Bulgaria, II Chamber in case № 725/2009); 2) condominium occurs

automatically in new construction when reaching stage "rough construction" if there are at least two units with common parts, which belong to different owners; 3) The management bodies in new condominium must be elected within 6 months from bringing into service of the building (according to the text of the new par. (4) Art. 21 of COMA (changed, SG. N 26 of 2016); 4) possible need for additional payments of the owners for the completion of the building.

It is also important what is **the state of the building at the time of documentation**: are there given mandatory instructions by the authorities to bring the building into compliance with the statutory requirements for operation and safety; are there taken decisions on major, urgent repairs or additional contributions for renovation and refurbishment; is there a technical passport of the building (with the last amendment (SG. 79 of 2015) of §2, par. (2) of the Transitional provisions of Regulation № 5 for Technical passports, the deadline to have such a passport for all buildings, without regard of their category and ownership is set at 2020).

The adopted by the General Assembly the Internal Regulations and decisions will be binding for the new owner as well (Art. 11, par. 5 of COMA). For them there should be a special minute book (Art. 23, para. 1, p. 3 of COMA). Especially noteworthy are solutions that create financial obligations – decisions for bringing common areas in condition and maintenance suitable for exploitation (Art. 48, para. 1 of COMA); contributions to fund "Repair and renewal"; costs for consumables for each animal equal to the amount for one occupier, the amount of which should be determined in accordance with Art. 51 of COMA by the following features: 1) use of the site for occupation or activity accessible to outsiders - from 3 to 5 times increase (par. 5); for breeding animals which need to be taken for walks - the costs for consumables for each animal equal to the amount for one occupier (para 7); costs for consumables and maintenance are due even if the unit has a separate entrance (para 8).

Last, but not least important is the question: **Is the land on which building - condominium is situated, a common part?**

It is useful to know the new provision of Art. 43, para 3 of COMA

(SG. 101 of 2016), which stipulates that parking should be carried out on free yard whether that it is a common part or not.

As a main conclusion of the study may be summarized the demand of deep knowledge not only of the legislation relating to condominiums, but also of the specific circumstances that are relevant to the obligations of the investor and have to be taken in mind when deciding to purchase or not.

References:

1. MARINOVA, B. (2012) *Condominiums*. Feneya
2. MARINOVA, B. (2012) On the financial liability of the owners in condominium. (5), Bar Revue, p. 16-23
3. STAVROU, St. (2009) *Questions of condominiums*. Sofia: SIBI.
4. VASILEV, L. (2009) Management of residential gated communities. Ownership and Law, (9). p. 42-47
5. GOLEVA, P. (2011) Contract management of common areas in residential gated community. Ownership and Law, (3), p.14-22
6. ZHELEV, I. et.al.(2010). Association of Owners in the management system of condominiums. Varna: Science and economic

ВЗАИМОВРЪЗКА МЕЖДУ ПУБЛИЧНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ И ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ В ДЪРЖАВИТЕ В ЕС

Десислава Калчева

„Фонд за органите на местното самоуправление
в България – ФЛАГ“ ЕАД София

d.kalcheva@gmail.com

Abstract: Public investments are an essential precondition for ensuring the appropriate structural environment in which the economy of a region works. Public investments are made in order to address horizontal issues in the areas of education, training, healthcare, infrastructure and in other areas. The main purpose of this report is to find what is the link between public investments and economic growth in the EU countries. We use the indicator “General government gross fixed capital formation” in order to measure the level of public investments. Investments made at the local level, at the central level, by the state, and by the social security funds, are within the scope of the indicator. A cluster analysis which is the basis for tracking the relationship between share of public investments in GDP and the GDP/per capita, by establishing distinct cluster groups is made.

Keywords: *public investments, economic development, public infrastructure, General government gross fixed capital formation, Gross domestic product per capita*

Въведение

Публичните инвестиции представляват капиталови разходи за осъществяване на публични проекти, като например пътища, образователна инфраструктура, изграждане на сгради и съоръжения с обществен интерес, както и разходи свързани с т.н. меки мерки - разходи, направени във връзка с развитието на човешки капитал, иновации, научно-изследователска и развойна дейност. Тези капиталови разходи обичайно се простират отвъд фискалната година (Hulbert, Vammalle, 2014, стр. 5).

В последните години се отчита спад на публичните инвестиции като дял от брутния вътрешен продукт (БВП). Осредненият показател дял публични инвестиции в БВП през 2008 г. за държавите в Европейския съюз (ЕС) се равнява на 3.4%, а през 2015 г. стойността на показателя е 2.9%. Наблюдава се спад в публичните инвестиции в държави като Италия, Австрия, Португалия, Нидерландия, Франция, Испания и др.

Публичните инвестиции могат да бъдат катализатор за икономически растеж. Икономическото и социално въздействие на инвестициите, обаче зависи от тяхната ефективност (МВФ, 2015). Ефективността на публичните инвестиции се определя на база взаимовръзката между стойността на публичния капитал, вложен в публична инфраструктура, физическия обем на изградената инфраструктура и нейното качество.

Основната цел на настоящия доклад е да изследва взаимовръзката между публичните инвестиции и икономическото развитие в държавите в ЕС. За целта е използван клъстерен анализ, който да формира групи страни по икономическо развитие (измерено с показателя БВП на жител) и публични инвестиции (представени като дял от БВП) на държавите в ЕС.

Материали и методи

За целите на изследването са ползвани данни за 2015 г. за БВП на глава от населението и процент на публичните инвестиции спрямо БВП. БВП на глава от населението е използван като основен индикатор, измерващ икономическото развитие в отделните държави. За измерване на публичните инвестиции е използван показателя бруто образуване на капитал в сектор Държавно управление. Според определението, дадено от ЕВРОСТАТ (методология на националните сметки) в държавното брутообразуване на капитал се включва общата сума на придобитите активи, предназначени за използване в производството на други стоки и услуги за период от повече от година. Придобиването включва покупки на активи (нови или втора употреба) и изграждането на активи от страна на производителите за

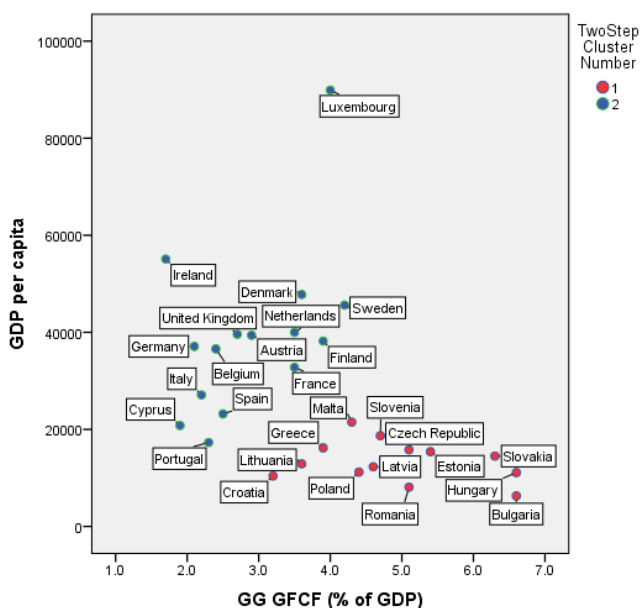
тяхна лична употреба. Терминът произведени активи означава, че се включват само онези активи, образувани в резултат на производствен процес.

В обхвата на този показател се включват капиталовите разходи на местно, централно, държавно ниво и на ниво социално-осигурителни фондове.

Основен източник на информация е официалния сайт на ЕВРОСТАТ. Използваният метод за установяване на взаимовръзката между държавните инвестиции и икономическото развитие на страните е двустъпков клъстерен анализ, обработен на база статистически софтуер SPSS.

Резултати и обсъждане

В резултат на проведения клъстерен анализ се формират две групи, представени на фигура 1.



Фигура 1. Резултати от клъстерен анализ

Източник: ЕВРОСТАТ, изчисления на автора в SPSS

Проверката за значимост на факторите показва, че и икономическото развитие и публичните инвестиции са статистически значими при формиране на клъстерите, като публичните инвестиции имат по-голяма значимост от двата фактора. От 28 държави, обект на изследване, в първия по-малък клъстер попадат 13 държави, което съставлява 46.4% от страните, а във вторият клъстер попадат 15 държави или 53.6% от страните.

В първата обособена група се включват държави с ниски стойности на БВП на глава от населението и висок процент на публични инвестиции спрямо БВП. В тази група попадат основно държави от Централна и Източна Европа (ЦИЕ) като България, Румъния, Литва, Латвия, Естония.

Във втория клъстер се включват държави с високи стойности на БВП на глава от населението и по-нисък дял на публичните инвестиции спрямо БВП. Впечатление прави, че тук попадат основно икономически развитите държави като Швейцария, Люксембург, Германия, Испания, Франция.

Статистическата справка показва, че държавите попадащи във втори клъстер са направили по-съществени публични инвестиции в периода преди 2008 г. През 2015 г. се отчита по-нисък дял на публичните инвестиции в БВП спрямо същия през 2008 г. Така например дялът на публични инвестиции в БВП на Испания през 2008 г. е 4.6%, а през 2015 г. 2.5%. Дялът на публични инвестиции в БВП на Италия през 2008 г. е 3%, а през 2015 г. е в размер на 2.2% (ЕВРОСТАТ).

Въпреки съществения дял на публичните инвестиции към БВП в държавите от ЦИЕ (първи клъстер) не се наблюдава съществено повишаване на показателя БВП на жител. В Унгария, България и Словакия се отчитат най-високи стойности на показателя публични инвестиции към БВП.

Теоретични и емпирични изследвания разкриват положителна взаимовръзка между икономическото развитие и нарастващите публични инвестиции. Основен катализатор на икономическо развитие обаче е ефективността на публичните инвестиции. В доклад на

МВФ, публикуван през 2015 г. се посочва, че при сравнение на обема на публичните ресурси, вложени в публична инфраструктура, се наблюдава съществено ниво на неефективност в обема и качеството на изградената инфраструктура, оценено на около 30%.

Може да се обобщи, че нарастващите публични инвестиции в държавите от първия клъстер не водят след себе си нарастване на БВП на жител. Следва да отчетем, че част от направените публични инвестиции в България и Румъния например през 2015 г. са свързани с изпълнението на европейски проекти. Голяма част от тези проекти са направени във връзка с изграждане на стадиони, сметища, пречиствателни станции и др. Остава отворен въпроса до колко висока е ефективността на тези инвестиции.

Заклучение

В резултат на проведените анализи може да обобщим, че държавите в ЦИЕ се открояват с по-висок дял на публичните инвестиции в БВП спрямо останалите страни в ЕС. В държавите от западна Европа наблюдаваме високи стойности на БВП на глава от населението и по-ниски публични инвестиции спрямо БВП. Държавите от западна Европа не са възстановили нивата на публични инвестиции от преди кризата, а делът на публични инвестиции спрямо БВП през 2015 г. е по-нисък спрямо отчетените стойности през 2008 г. От друга страна по-високите публични инвестиции в държави от ЦИЕ не водят до съществен ръст в БВП. Това предполага, че голяма част от тези инвестиции са ниско ефективни.

Използвана литература

1. EUROSTAT(2016)[Online]<http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tec00022&plugin=1> .[Accessed: 27/3/2017]
2. Hulbert, C. and C. Vammalle (2014), A Sub-national Perspective on Financing Investment for Growth I - Measuring Fiscal Space for Public Investment: Influences, Evolution and Perspectives, OECD
3. International Monetary Fund (2015), Making public investment more efficient, IMF, Washington, D.C.

TOWARD SUSTAINABLE GROWTH TO SUPPORT YOUTH EMPLOYMENT

Dobrinka Stoyanova, Stefan Raychev
University of Plovdiv Paisii Hilendarski
bini_stoyanova@abv.bg, stefan1@abv.bg

Abstract. The youth unemployment for the past few years reached record highs across Europe, increasing from to more than 50% in some of the EU member state, according to Eurostat. Since the financial crisis in 2008 year, high youth unemployment rates have been global problem across the world. Fighting the youth unemployment and foster youth labor activity is one of the major EU priorities. Supporting youth employment is now critical for the EU member states policy and for Bulgaria itself. The European Union has been working hard to move beyond the crisis and create a more competitive economy with higher employment in the member states. This led to promote Europe 2020 strategy, about delivering smart, sustainable and inclusive growth. The sustainable growth means changing the member states policy to harness EU - scale networks, more precisely small business to give them an additional competitive advantage; improving the business environment and helping consumers make well – informed choices. In this paper is analyzed the sustainable growth like industrial policy that support entrepreneurship and in the globalization era can make Bulgarian economy more competitive. Also is analyzed the youth unemployment in Bulgaria the causes, size and structure. By pointing out the connection between youth employment and sustainable growth is highlighting the possibilities which the new, green, knowledge and innovation development can offer to labor policy. The conclusion identified the importance of sustainable growth policy for reducing the youth unemployment and foster youth labor activity.

Keywords: *sustainable growth, youth unemployment, youth*

employment, youth policy, labor market policy, competitive economy

Въведение

Постигането на устойчива заетост сред младежите в годините след световната икономическа и финансова криза от 2008 г. се превърна в едно от големите предизвикателства пред държавите членки на ЕС.

Дигиталната ера, развитието на технологичните сектори и изострената конкуренция от другите икономики извън ЕС обосновава значимостта от разработването на нови стратегии и публични политики за насърчаване на младежката активност. Високата безработица сред младите, високият дял на ранно напусналите образование и големият брой на икономически неактивните младежи показват значимия размер на неизползвания потенциал на младите хора. Това аргументира необходимостта от използването на политики и стратегии за по – ефективно активиране и интегриране на младежите към съвременните изисквания на пазара на труда. Тези глобални предизвикателства пред икономиките на държавите членки на ЕС доведоха до формирането на стратегическата рамка „Европа 2020“, която посредством интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж цели да направи ЕС и неговите икономики лидер на прага на новата икономическа революция.

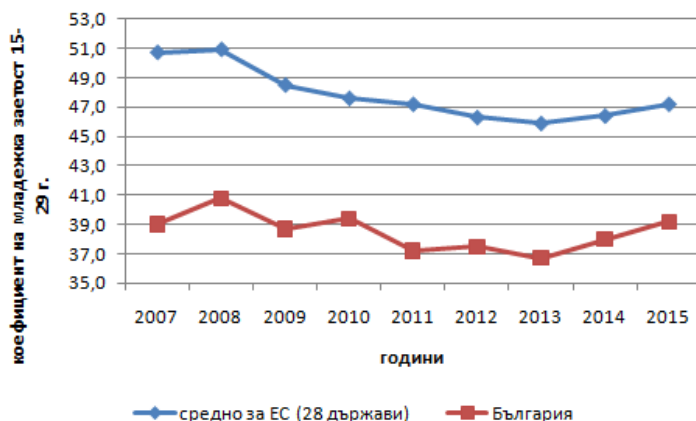
Материали и методи

Методиката на настоящото изследване е изградена върху логичната последователност на формулиране на проблематиката и анализ на емпиричните резултати в три основни стъпки. Първо се анализира равнището и динамиката на младежката заетост в България и ЕС за периода 2007-2015г. Второ, се разкрива същността, значението и връзката на устойчивия растеж и младежката заетост. Трето се валидира тази връзка посредством емпирични данни, на тяхна база се обобщават резултатите и се формулират препоръки. Използваният метод в настоящото изследване е оценка на наличието, на силата и посоката на корелационна зависимост между използ-

ваните индикатори за държавите членки за всяка година в период от 5 последователни години.

Резултати и обсъждане

Поддържането на високо равнище на младежка заетост е основен проблем за България и ЕС през последните години. Данните, представени на фиг. 1 ясно показват, от една страна, че с настъпването на икономическата криза се намалява равнището на заетостта сред младежите. Това е ясен знак, че негативната промяна в макроикономическите условия в ЕС въздейства неблагоприятно и върху младежката заетост. Следователно, заетостта сред младежите трябва да има приоритетно значение в политиките, провеждани на пазара на труда. Данните показват също, че равнището на младежката заетост в България е по-ниско от средното равнище за ЕС. Въпреки ръста, който се забелязва в последните две години, той не успява да компенсира натрупания спад от 2007 г. и поддържа разликата между младежката заетост в България и ЕС.



Фигура 1. Динамика на равнището на младежка заетост в ЕС и България за периода 2007 – 2015 г.

Източник: Евростат

Устойчивият растеж като част от стратегия „Европа 2020“ обобщава визията на държавите членки в ЕС за нуждата от нов икономически път към създаването на по – конкурентноспособна икономика. Предвид предизвикателствата на новата глобална ера, постигането ѝ налага еволюция на публичните политики, от една страна, към мерки и инструменти за постигане на по – екологична икономика, основана на опазване на околната среда, намаляване на емисиите и предотвратяване на загубата на биоразнообразие и разработването на нови екологични технологии и производствени методи; а от друга - към ресурсно – ефективна икономика, основана на ефективно използване на ресурсите, енергийна ефективност, инвестиции във възобновяеми източници, както и подобряване на условията за бизнес. Насърчаването на устойчивия растеж се извършва посредством две водещи инициативи: „Европа за ефективно използване на ресурсите“ и „индустриална политика за ерата на глобализацията“.

Въпреки че повишаването на младежката активност и заетост е търсена цел сред инициативите, основно на интелигентния растеж в „Европа 2020“, по своя произведен характер тя би могла да бъде постигната и косвено посредством политиките за устойчивия растеж. Аргументи могат да се открият в това, че инвестициите и насърчаването на новите технологии, зелената икономика и иновациите се овладяват и възприемат най – пълноценно от младите. Подпомагането на бизнеса и насърчаване на предприемачеството също оказва важно въздействие върху младите при тяхната заетост, които в условията на внедряване на нови технологии и практики са предпочитани от работодателите и държавните институции. Тази връзка е изследвана посредством сравнение на два основни индикатора на умния и устойчив растеж с равнището на младежката заетост 15-29 г. индикатор „индекс за екологична иновативност“ (Eco-innovation index) и индикатор „бизнес разходи за развойна и научна дейност като % от БВП“ (Research and development expenditure, by Business enterprise sector as % of GDP). Резултатите за наличие на връзка са представени в таблицата за корелационна зависимост.

Корелационна зависимост

година	Корелационен коефициент Индекс за еко иновации и младежка заетост 15-29 г.	Корелационен коефициент Разходи на бизнес сектора за развойна и научна дейност и младежка заетост 15-29 г.
2010	0,61	0,54
2011	0,56	0,59
2012	0,53	0,59
2013	0,47	0,56
2014	0,26	0,52
2015	0,34	0,49

Източник: Евростат, собствени изчисления

Коефициентите ясно показват наличието на силна положителна връзка между младежката заетост и изследваните индикатори между държавите членки на ЕС в изследваните 6 последователни години. Това потвърждава ролята на инвестициите в развойна и научна дейност и еко иновациите, като основен инструмент на устойчивия растеж и зелената икономика за стимулиране на активността на младите и осигуряването на тяхната по – голяма заетост.

Заклучение

Младежката заетост е необходимо условие за развитието на конкурентноспособна икономика в условията на все по-глобализиращ се свят. Устойчивият растеж означава преход към все по-иновационна, зелена и ресурсно независима икономика за държавите членки на ЕС. Инвестициите в развойна и научна дейност, успоредно с инвестициите и внедряването на еко иновации показват положителна роля за стимулиране на младежката заетост. Разработването на широка гама инструменти и мерки в тази насока с цел стимулирането на иновации и преходът към зелена икономика в България би се очертал като един добър инструмент за формиране на заетост сред младите.

Използвана литература

1. PEREIRA, J. *Europe 2020 - the European strategy for sustainable growth what does it look like from outside*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung, Global Policy and Development, 2011. Print
2. *Sustainable development in the European Union : key messages*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2015. Print
3. ACELEANU, M. I., SERBAN, A. C., & BURGHELEA, C. (2015). "Greening" the Youth Employment—A Chance for Sustainable Development. *Sustainability*, 7(3), 2623-2643

Тематично направление

**„УПРАВЛЕНИЕ, СТРАТЕГИИ,
ПОЛИТИКИ”**

ФОРМИРАНЕ НА КРИЗИСЕН ЩАБ В ПУБЛИЧНИЯ КРИЗИСЕН МЕНИДЖМЪНТ

Цвета Зафирова, Радка Иванова
Икономически университет – Варна
tzveta_zafirova@abv.bg

Abstract. As a part of process of preparation and prevention of the organizational crises each organization must have created a crisis team. The aim of the study is to study the process of establishment of crisis team in public crisis management. Have been identified competencies and expertise of the participants and the change in them depending on the type and scale of the crisis.

Keywords: *crisis team, crises, disaster, public crisis management*

Въведение

В публичната администрация, както и в бизнеса, често възниква въпросът как да бъде управляван процесът, свързан с кризите, бедствията и аварията и какво трябва да се направи, за да бъдат те предотвратени или смекчено тяхното въздействие?

Нарастването на броя на кризисните явления в съвременното общество е наложило създаването на много специализирани центрове за изследвания, експертни оценки и консултантска помощ по целия свят. Редица учени от различни области са посветили изследванията си на тази област. Техните резултати се използват успешно при управление на кризи, бедствия и катастрофи.

Един от основните въпроси в подготовката и превенцията срещу кризисните явления и управлението им е създаването на кризисни екипи, наречени още щабове за управление на кризи. Тяхната роля е особено значима в публичния мениджмънт, което провокира изследователския ни интерес.

Целта на изследването е да проучи процеса на формиране и устройство на кризисните щабове в публичния кризисен мениджмънт.

Материали и методи

Методологията на изследването се основава на основните научни методи: анализ и синтез. За целите на публикацията са проучени достатъчен брой специализирана литература, както и резултатите от научните изследвания в развитите икономически страни и практиката в тази област.

Резултати и обсъждане

Развитието на управлението на кризи в публичния мениджмънт изисква формирането и назначаването на кризисни екипи, които могат да попречат да се направят грешки по време на кризисната ситуация и да се даде възможност за по-бързо възстановяване. Изследователите се обединяват около тезата, че те трябва да бъдат сформирани преди началото на кризата - Пачева (2009), Rauchant & Mitroff (1992). Кризисният щаб е *ad hoc* структура – експерти, които работят за потребностите на организацията в условията на криза. Работи в предкризисен, кризисен и следкризисен период.

Кризисният щаб подготвя *План за управление на кризи* преди да са настъпили кризисни явления и се събира периодично, за да го актуализира и тества. Целта му в кризисния период е да идентифицира проблемите, които са породени от кризата, да организира изхода от нея и да координира информационните потоци. В процеса на самите кризи, ако условията продължават да са същите за продължителен период от време, този екип трябва бъде назначен и за мониторинг.

Shrivastava & Mitroff (1987 и 1992), Зуб и Панина (2013) и др. учени се обединяват около идеята, че от съществено значение е кризисният екип да бъде създаден като постоянно гъвкаво структурно звено в рамките на организацията, както и да ѝ се предостави легитимността и ресурсите, необходими за неговата ефективност. Предлага се 1-2 години след като кризата приключи, той да се събира 3-4 пъти годишно. Екипът трябва също да бъде натоварен с отговорността за провеждане на периодични кризисни одити, както и със симулации на процеса на вземане на решение в условията на кризата.

Съставът на кризисния екип трябва да включва най-висшето ръководство, изпълнителния персонал, експерти по PR, застраховане, сигурност и юристи. Този списък ще варира в зависимост от размера на организацията, от типа криза, формата и етапа ѝ, както и от нейния мащаб. По-малките публични организации, които не е задължително да разполагат с необходимите ресурси и персонал, за да образуват кризисен екип, могат да използват този процес, за да се подготвят за кризисна ситуация.

Shrivastava & Mitroff (1987) предлагат към така създадения разнороден кризисен екип от мениджъри да се добавят и външни експерти. По този начин може да се подобри способността на една публична организация да реагира при кризи, като придобие разнообразни технически, социални, организационни, информационни, екологични и др. познания и умения, които са необходими спешно в процеса на вземане на решение. Освен това, за управлението на кризи са нужни екипи, които да бъдат ефективни в действителни кризисни ситуации. Според учените, те трябва да бъдат проектирани да извършват спешни експертиси на различни видове проблеми (вкл. медицински, правни, технически, връзки с обществеността, социално-антропологични, финансови и др.) съответни за различните кризи, към които организацията е чувствителна. Pauchant&Mitroff (1992) посочват, че би трябвало и да се включват и членове със специфични умения, които да разбират интересите на различните стейкхолдери, вътрешните и външните комуникации, да участват в преговори, да са емоционално стабилни в условията на стрес, както и да притежават способността да се справят с интензивни и множество конфликти. На практика кризисният управленски екип трябва да има достатъчно правомощия, за да критикува решенията и да се ангажира със значителни количества организационни ресурси.

Идеята за външни членове подкрепят и Орехов, Балдин и Гепоненко (2006). Те предлагат освен външни консултанти, да бъдат привлечени и нови и бивши мениджъри, или управляващи от самата организация, имената на които да не се асоциират с предишна кризисна ситуация.

Описаната практика в областта показва, че и собствениците могат да имат техен собствен кризисен екип, следвайки същите права и отговорности. Тези хора могат да бъдат призовани заради техния специфичен опит не само по време на планирането, но и ако трябва да се включат по време на кризисния етап. Ползата от голям кризисен екип е очевидна, но това не е абсолютно необходимо в процеса на подготовка за потенциални кризи.

Екипът, независимо от неговия размер, трябва да бъде отговорен за идентифициране на всички хора и звена, които могат да бъдат засегнати от всяка кризисна ситуация. Той също трябва да определи и контактите, за да получи конкретна информация за всяка ситуация, ако е необходимо. Готови медийни изявления, съобщения за пресата, списъци за известяване и други материали ще помогнат да се съхранява кризисната ситуация под контрол и да се успокоят индивидите, които трябва да се справят с кризата. Тези функции на кризисния щаб са причина Пачева (2009) да ги класифицира на генерален, оперативен и комуникационен.

Участието и подкрепата на висшия мениджмънт са изследвани от Shrivastava & Mitroff (1987). Те посочват, че тя е почти незаменима за създаване на успешен кризисен мениджърски екип, но и другите мениджъри също могат да бъдат включени в него. Съставът може да бъде от основна група от мениджъри, които притежават умения и отговорности за управление на общата криза, заедно с набор от специалисти, които притежават опит, свързан с конкретните звена и техните кризи.

Необходимо е да се определят ролите и отговорностите на всеки член на екипа. Задължително трябва да има говорител (spokeperson), който да съобщава за взетите решения както на персонала, така и на собствениците и медиите. Неговата роля е една от най-важните в екипа. Тъй като статусът му е твърде висок в условията на криза, обикновено на тази длъжност се назначава вторият човек след главния мениджър.

Въпреки тези изисквания към времето за формиране на управленски кризисни екипи, Lagadec (1993) описва организации, които са го създали в различните етапи на кризата – предкризисен, кризисен и

следкризисен. Считаме този подход за не съвсем удачен. Практиката в различните държави показва, че по-голям успех имат тези, които имат предварително създаден такъв кризисен екип, който може в различните етапи на кризата да променя своя състав, цели и задачи.

Заклучение

В резултат на направените проучвания на научни публикации и практиката в областта на публичния мениджмънт, можем да направим следните изводи и обобщения за кризисния екип:

1. Той трябва да бъде неизменна част от публичния мениджмънт, като е необходимо да бъде сформирани и назначени преди потенциални кризи.

2. Съставът му трябва да включва както вътрешни, така и външни членове, като по-голямата част от тях трябва да са експерти в съответната област. Задължително в него присъстват част от висшия мениджмънт.

3. Кризисният екип трябва да идентифицира различните опасности, които биха могли да се отразят неблагоприятно върху организацията и да разработи сценарий, модел или план, който да се следва във всеки от тях.

Използвана литература

1. ПАЧЕВА, В. (2009) *Кризата под контрол. Корпоративна комуникация в кризисна ситуация*. София: ММ.

2. ЗУБ, А.Т., ПАНИНА, Е.М. (2013) *Антикризисное управление организацией*. Москва: ИНФРА-М.

3. LAGADEC, P. (1993) *Preventing Chaos in a Crisis - Strategies for Prevention, Control and Damage Limitation*. McGraw Hill.

4. ОРЕХОВ, В. И., БАЛДИН, К. В., ГАПОНЕНКО, Н.П. (2006) *Антикризисное управление*. Москва: ИНФРА-М.

5. PAUNCHANT, T. C., MITROFF, I.I. (1992) *Transforming the Crisis Prone Organization: Preventing individual, organizational, and environmental tragedies*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

6. SHRIVASTAVA, P. (ed.) (1992) *Advances in Strategic Management*. JМ Press. 8, p. 235-260.

7. SHRIVASTAVA, P., MITROFF, I. I. (1987) *Strategic Management of Corporate Crises*. *Columbia Journal of World Business*, Spring, p.5-11.

ИМИДЖ И СТРАТЕГИИ ПРИ РАЗВИТИЕ НА ЗАВЕДЕНИЯТА ЗА БЪРЗО ХРАНЕНЕ

Гергана Славова, Таня Георгиева
Икономически университет – Варна
ggss@ue-varna.bg

Abstract. The development of fast food globally is related to the construction of transnational institutions in various countries around the world in order to create a multinational image. The purpose of this report is to develop a theoretical framework of the development of entrepreneurial and management strategies for the existence and formation of elements and factors that determine the fast food international image development. The key elements of the image enable the comparison of its formation and content. Strategies define development opportunities of these companies worldwide.

Keywords: *image, brand, strategy, development, management, fast food*

Въведение

Развитието на заведенията за бързо хранене в световен аспект е свързано с изграждането на транснационални заведения в различни страни по целия свят с изграден мултинационален имидж. Целта на настоящият доклад е да обхване теоретичната рамка на изграждането на предприемачески и управленски стратегии за тяхното съществуване и формиране на елементите и факторите от които зависи изграждането на техния интернационален имидж. Основните елементи на формиране на имиджа, създават възможност за съпоставка на формирането му и съпоставка на съдържанието му, между различни заведения за бързо хранене, а прилаганите стратегии дефинират възможностите за развитие на тези компании в световен аспект.

В дискусиите относно разликите между марката и бранда се

подкрепя разбирането, че марката е знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представена графично [1], а брандът е обект в който са отразени, пазарният и правният аспект на марката [2]. Брандът се отнася до натрупване на емоционални и функционални асоциации, които формират очакванията на потребителите по отношение на даден продукт.

Значението на марката за потребителите може да бъде изразено в: Понижаване на риска, свързан с покупката, по-малък размер на разходите за търсене на продукта или в символа за качество. Марките имат потенциал да намаляват степента на сложност на решението за покупка. Това се случва при условие, че потребителите са информирани за степента, в която съответната марка удовлетворява потребностите им. В този случай се спестяват и разходи по търсенето на продукта. Друга ключова роля на марката е означаването на определени продукти. Накратко, марката често се определя като обещание на продавача да предоставя постоянно уникален набор от характеристики, предимства и услуги на купувачите/ потребителите, под формата на име, термин, знак, символ или комбинация от изброените, които диференцират стоките/ услугите на един или няколко продавачи от тези на конкурентите.

Имиджът на марката е цялостното впечатление в съзнанието на потребителите, което се формира от всички източници. Потребителите развиват различни асоциации с марката. Въз основа на тези асоциации, те формират своето цялостно впечатление – положително, отрицателно или неутрално. Идеята е, че потребителят не купува само продукта или услугата, а и имиджа, свързан с този продукт.

Бързата храна е вид масово произведена храна, която се приготвя и сервира много бързо. Храната обикновено е по-малко ценна в сравнение с други храни и ястия. Докато всяко хранене с кратко време на подготовка може да се счита за бързо хранене, обикновено терминът се отнася за храна, която се продава в ресторант или магазин с предварително загрята или предварително приготвена съставка и сервира на клиента в пакетирана форма за изнасяне.

Бързите храни са алтернативи на домашно приготвените ястия и обикновено се свързват със сравнително високо съдържание на наситени мазнини, захар, сол и калории. Широко е възприето разбирането, че бързото хранене причинява канцерогенни заболявания, затлъстяване и висок холестерол. Сред най-големите вериги за бързо хранене са McDonald's (Цена на марката: \$81,2 милиарда), Burger King (\$3,2 милиарда), Pizza Hut(\$8,5 милиарда), KFC(\$12,6 милиарда), Subway(\$29,3 милиарда) [3].

Въз основа на преглед на публикации, насочени към изследване на въпроса [4], достигаме до извода, че факторите, които влияят върху имиджа на ресторантите за бързо хранене са :опитът на потребителите; информация, впечатления и оценки, получени от лица, с които потребителите контактуват в своето ежедневие; информация от електронните социални мрежи; информация от печатните медии; информация от неправителствени организации; рекламни послания на ресторантите за бързо хранене.

Имиджът, цялостната представа на потребителите за веригите ресторанти за бързо хранене, се разглежда в литературата [5] като съвкупност от представите им в някои от следните направления: представи за цени на продуктите; впечатления от поведението на обслужващия персонала; съотношението „цена-стойност за потребителите“; представи за вкуса на продуктите; представи за съдържанието на мазнини, ГМО и други вредни за здравето съставки;достъп до ресторантите; Среда на ресторанта – интериорен дизайн, осветление и пр.;разнообразието от храни;чистота и мерки, свързани с хигиената.

Голяма част от заведенията за бързо хранене са транснационални компании, които развиват своята дейност мащабно зад пределите на своята страна. Като добри примери в това отношение можем да посочим вериги, като Burger King, Pizza Hut, KFC, Subway, McDonald's[6] и много други. Общото между всички тези компании е изградения имидж и прилагане на стратегическо управление с внимателно подбрани управленски и предприемачески стратегии[7]. Във всяка една от тези компании се наблюдава съзнателно и целенасочено, мотивирано присъствие на международните пазари, което се

постига чрез изграждане на определен имидж и подбор на определени стратегии. Същността на стратегическото управление на тези компании се базира на интуицията и изкуството на висшето ръководство на конкретните компании да води организацията към постигането на определени стратегически цели. Това се допълва с висок професионализъм и креативност на експертите работещи в управленските нива на веригите от заведения за бързо хранене в световен аспект, които осигуряват непрекъснат анализ и връзка на организацията със заобикалящата я среда, нейното постоянно обновяване и разнообразяване на продуктите и услугите които тя предлага на световния хранително вкусов пазар, често посредством фрайнчайзинг[8].

Успехът на тези многогодишни транснационални компании, представляващи вериги за бързо хранене се крие и в търсенето на най-подходящи пътища за постигане на целите и задачите на организацията и в усилията и големите разходи на време и ресурси за изследване на вкусовете на потребителите, техния динамичен и забързан начин на живот, склоноността им към потребление на определени видове храни, които се приготвят бързо и са вкусни, благодарение на пържените и панирани обработки на предлаганата от тях храна. Тези компании разполагат с наличието на специални звена, които непрекъснато следят промените във вътрешната и външна среда на организацията и осигуряват пълноценна интеграция на организацията в средата, в това число – маркетинг, връзки с обществеността и други [9].

Етапи на стратегическото управление на тези вериги за бързо хранене включват: Стратегически анализ, базиран на богат набор от методи, съставяне на стратегически план, избор на стратегии, формиране и коригиране на бизнес плана, внедряване и координиране на избраните стратегии, оценка на постигнатите резултати, отново анализ на средата и повтаряне на целия цикъл отначало, отново и отново. За да имат голям, вековен успех и да продължават да се ползват с голяма популярност сред подрастващите, тези компании използват редица стратегии, които ги отличават от всички останали заведения за хранене. Такива управленски стратегии са: Иноватив-

ната стратегия, която се базира на предлагане на нов, уникален продукт, които привлича определен кръг потребители и е насочен към конкретна пазарна ниша. Така например, създаването на детско меню от голяма редица от заведенията за бързо хранене се базира на стремежа да се привлече детската аудитория, която обикнала веднъж вкуса на пържените или бързо приготвени храни, става техен почитател завинаги. За първи път този иновативен подход прилагат McDonalds, който в последствие, тъй като не е патентован, като идея намира последователи от редица вериги за бързо хранене, като Burger King, Pizza Hut, KFC и други. Правилното определяне на визията, мисията, целите и формулиране избора и внедряването на оценка и контрол от страна на тези транснационални компании им позволява да заемат важни, възлови позиции на световният пазар в областта на храните за бърза консумация. При тях силно са изразени продуктовите и маркетингови стратегии, базирани на уникална рекламна кампания за тях, която се излъчва по всички възможни медии с цел да достигне, бързо и съзнателно до крайния потребител [10]. Използваните стратегии са често офанзивни (настъпателни) свързани с развитие на пазара и на продукта. Те се прилагат и резултатът от тях достига до потребителя съвсем целенасочено, под формата на нов продукт ориентиран към вегетарианци (нова пазарна ниша) или нов вид пай, насочен към любителите на сладките изкушения. Позиционирането на заведенията за бързо хранене в молове, летища, автогари, пристанища, големи, централни гари, централни и оживени пътни артерии е целенасочено и е свързано пряко със стратегията за разширяване на пазарния дял. В голяма част от тези интернационални вериги с огромен успех се прилага и стратегията на концентрация, базирана върху насочване на голяма част на ресурсите върху един продукт или продуктова линия, която се произвежда с единна технология и е насочена към пазара на бързи храни и напитки. Пример за това са пържените пилешки продукти на KFC или хамбургерите на Burger King . В тези заведения за бързо хранене се прилагат и редица предприемачески стратегии, като предприемаческо джудо, лидерство с нов продукт, стратегия на бърз растеж [11]. Тези стратегии се обясняват със силната агресивна политика на корпорациите да

се наложат на пазара, да обхванат сегмента за бързо хранене и хората със забързан и динамичен начин на живот. Те са насочени към определен вид потребителско търсене което съществува на пазара и ниско и средно платежеспособно.

Резултати и изводи

Въз основа на осъществения теоретичен анализ достигаме до следните основни изводи:

Първо, имиджът на заведенията за бързо хранене представлява цялостното впечатление на потребителите за тези търговски вериги за храни;

Второ, цялостното впечатление на потребителите се формира под влияние на различни фактори – опит на потребителите, свързан с взаимоотношенията им с тези субекти; рекламни комуникации на веригата ресторанти; информация от други лица, социални мрежи и медии.

Трето, имиджът на веригите ресторанти за бързо хранене може да бъде представен като комплекс от взаимосвързани елементи, които в своята съвкупност формират представата на потребителите;

Четвърто, стратегиите при развитие на веригите ресторанти за бързо хранене са насочени към формиране на конкретни елементи на имиджа на веригите ресторанти за бързо хранене.

Пето, известните търговски вериги за бързо хранене са транснационални компании, които използват, както предприемачески, така и управленски стратегии на корпоративно ниво, свързани с тяхното развитие, базирано най-вече на иновации, предприемаческо джудо и концентрация.

Заклучение

В заключение, полезно е бъдещи изследвания да бъдат насочени към изучаване на влиянието на комплекса от фактори влияещи върху имиджа на участниците в групата ресторанти за бързо хранене. От значение за доброто разбиране и функциониране на заведенията за бързо хранене е изучаването на връзката между прилаганите стратегии на развитие и имиджът на марките на заведенията за бързо

хранене сред различни групи потребители. Нашето изследователско търсене е провокирано от големия брой потребители на продуктите предлагани от тези заведения и успешните стратегии, които те използват за да се задържат на хранително вкусовия пазар повече от едно столетие.

Използвана литература

1. Закон за марките и географските означения, (1999), посл. изм.2016
2. СТАНИМИРОВ, Евг., В. Жечев, (2013) Търговска марка и бранд мениджмънт”, изд. „Наука и икономика”, ИУ-Варна, с. 11
3. Анализ на пазарната стойност на осемте най-големи вериги за бързо хранене, сайт за пазарна информация, април, 2017 (available at <https://money.bg/charts/8-te-nay-golemi-verigi-za-barzo-hranene.html>)
4. European Journal of Business and Social Sciences, Vol. 1, No. 8, pp 56-66, November 2012. URL: <http://www.ejbss.com/recent.aspx> ISSN: 2235 -767X (<http://www.ejbss.com/Data/Sites/1/novemberissue/ejbss-12-1174-effectsofbrandingonrestaurants.pdf>)
5. МУНАММАД Usman Haider (2013) Factors Effecting Brand Preferences: A Comparative Study of McDonald’s and KFC. Abasyn Journal of Social Sciences Vol. 5 No. 2 (<http://aupc.info/wp-content/uploads/2013/02/V5I2-3.pdf>)
6. Asaad Ali Karam (2015) An Analysis Study of Improving Brand Awareness and Its Impact on Consumer Behavior Via Media in North Cyprus (A Case Study of Fast Food Restaurants) International Journal of Business and Social Science Vol. 6, No. 1; January 2015 (http://ijbssnet.com/journals/Vol_6_No_1_Januaryr_2015/8.pdf)
7. ERIC Schlosser(2012), Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal, p.12
8. СЛАВОВА, Г., Т. ТУРЛАКОВА, (2012) ”Предприемачески и управленски стратегии за устойчиво развитие на аграрния бизнес”, "Управление и устойчиво развитие", списание на Лесотехнически университет, с. 30
9. SLAVOVA, G., (2016) «Development of franchising in Bulgaria and abroad in the area of fast food establishments”, Bulletin of modern science, scientific-theoretical journal, 7, p.38
10. СТАНИМИРОВА, М., Е., СТАНИМИРОВ, Т. ТУРЛАКОВА, Т. ГЕОРГИЕВА, (2012) „Аграрен маркетинг” изд. „Наука и икономика”-ИУ-Варна, с. 153
11. КОЕВ, Й., (2010), Предприемачество и Кратка енциклопедия по корпоративно ръководство, изд. Стено, с. 35

**РАЗКРИВАНЕ НА АКТУАЛНИТЕ ТЕМИ
В УПРАВЛЕНСКОТО СЧЕТОВОДСТВО
ЧРЕЗ ЛИТЕРАТУРЕН ОБЗОР
НА СПЕЦИАЛИЗИРАНИТЕ СПИСАНИЯ**

Драган Георгиев, Илиян Христов

Икономически университет – Варна

dragan.georgiev@ue-varna.bg, ilian_hristov@ue-varna.bg,

Abstract. The report examines researches that apply literature review approach to publications in specialized journals in the field of management accounting. The aim is to emphasize their role in identifying the thematic focus of current publications in this field. Furthermore literature review results set new benchmarks and provide opportunities for future researches in the field of management accounting.

Keywords: *Management Accounting Research, Literature review, Research Classification, Citation Analysis, Future Research Topics*

Въведение

Управленското счетоводство като теоретично и практико-приложно направление бележи началото си през 50-те години на XX век в САЩ. Краткият исторически път, който извървява направлението се характеризира с изключително бурно и динамично развитие, посрещнато с особено внимание и интерес от теоретиците и практики в тази област. Благодарение на множеството изследвания по различни теми, проведени в различни страни, се формира научната база, върху която се изгражда научната дисциплина управленски счетоводство. Базата е изключително многообразна и включва множество постижения на други научни области, като икономиката, финансите, мениджмънта, социологията и др.

Настоящият доклад се фокусира върху най-популярните (по цитирания и разглеждания) проучвания, в които се прилагат подходи

за литературен обзор на публикациите в специализираните списания в областта на управленското счетоводство. Целта е да се подчертае ролята им в идентифицирането на тематичния фокус на съвременните изследвания в посочената област. Посредством резултатите от литературните обзори се поставят нови отправни точки и се начертават възможностите за бъдещи проучвания в областта на управленското счетоводство.

Настоящият доклад няма претенцията за изчерпателност, поради множеството и изследвания по темата и ограничеността в обема на настоящата разработка.

Публикации и прилагани методи

Най-ранната публикация, в която се извършва систематизиран литературен обзор в областта на управленското счетоводство е на Shields (1997). Авторът си поставя две задачи: да извърши преглед на състоянието на научните изследвания в сферата на управленското счетоводство и въз основа на критичния преглед на публикациите, да открие и предложи възможности за бъдещи научни изследвания по темата. Shields (1997) преглежда 152 научни изследвания, публикувани от седем северноамерикански списания през периода между 1990 и 1996 г. Авторът констатира, че по-голяма част от изследваните статии, се основават на една от трите основни науки: икономика, психология и социология. Основният акцент при тези публикации се поставя върху краткосрочния контрол на управлението (напр. годишно планиране и контрол), отчитане и управление на разходите. Авторът отчита липсата на изследвания, занимаващи се с проблемите на капиталовото бюджетиране, инвестиционните решения и други. Като най-често използвани изследователски методи, приложени в тези проучвания, се очертават аналитичния, изследователския и експерименталния подходи.

В последствие Mensah, Hwang & Wu's (2004) анализират въздействието на изследванията в управленското счетоводство, публикувани през период 1986 и 2000 г. в четири американски списания, за да се определи дали управленските счетоводни изследвания оказ-

ват влияние извън собствената научна област. Констатациите показват, че значителна част от изследванията в областта на управленското счетоводство са цитирани в неспециализирани списания (несчетоводни), насочени към областта на икономиката, психологията, социологията, организационно поведение и стратегическото управление. Тези резултати предполагат, че не е **задължително икономикът да бъде доминираща основополагаща дисциплина** за всички изследвания в разглежданата сфера. В заключение, авторите установяват намаление на степента на цитиране на изследвания от областта на управленското счетоводство в счетоводните и несчетоводните дисциплини.

Hesford et. al. (2007) разглеждат състоянието и развитието на управленското счетоводство по отношение на темите, използваните методи на изследване, както и изходните дисциплини, позовавани в 916 статии в областта на управленското счетоводство в 10 научни списания в период от 20 години (1981-2000 г.). Той установява, че 28% от статиите в анализирания десет списания през посочения период са насочени към теми, свързани с управленското счетоводство. Отчита се увеличение на броя статии в областта на управленското счетоводство през второто десетилетие на периода, което до голяма степен се дължи на въвеждането на четири нови издания и увеличаване на броя на статиите в едно от анализирания списания. Останалите списания, публикуват относително малко на брой статии в областта на управленското счетоводство през анализирания период. Всичките анализирани статии по управленско счетоводство са категоризирани в три направления: по тема, по методи и по направление. Това е извършено, за да може да се установи дали увеличавания брой на публикациите довеждат до разширяване на идеите по отношение на изследваните теми.

По съдържание, 70% от статиите за управление на корпоративното управление са фокусирани върху контрола, 20% върху разходите и 10% от редица други счетоводни проучвания. В областта на контрола през второто анализирано десетилетие се наблюдава значителна промяна в темите на изследване - от бюджетирането и орга-

низационния контрол фокусът се измества към измерването и оценката на представянето. Направена констатация е сигурен знак за осъществяващият се преход от оперативна към стратегическа насоченост на проучвания в тази област.

Hesford et. al. (2007) очертават рамка от проучвания, включващи разработването на нови концепции и перспективи, осигуряваща нов поглед към дискуссионните и спорните въпроси, съществуващи в областта на управленското счетоводство. Рамката от изследвания се проследява внимателно чрез аналитични механизми, изследване и експериментални методи в тяхната популярност.

Икономиксът се очертава като ясно доминиращата теория, като фундаментална дисциплина на групата от изследвания в областта на управленското счетоводство (43%), следвана от социология (40%) и психология (15%). През втория период на изследването, намаляват публикациите, базирани на психологията, което довежда до изместване на акцента към икономикса и социологията.

Linquist & Smith's (2009) прилагат специфична таксономия спрямо 186 статии в областта на управленското счетоводство, публикувани в JMAR от 1989 до 2008 г., като същата е адаптирана по таксономията на Shields (1997). В проучването е изследван приносът на препратките с цитирания, като не са включени представянията, посвещенията и коментарите на статиите.

Направените изводи в статията са представени в шест секции: национално и международно присъствие на списанието, анализ на съдържанието на статиите, методи на изследване, автори, анализ на цитиранията, мултикултурно въздействие. В резултат на извършеният литературен обзор на публикациите в специализираните списания в областта на управленското счетоводство, се установява, че фокусът на съвременните изследвания, според авторите Shields (1997) и Hesford et. al. (2007), както и Linquist & Smith's (2009), е насочен към икономическата теория, която се очертава като доминираща в теорията на посочената област. Трите изследвания също установяват, че и други теории се прилагат често в изследванията по управленското счетоводство, а именно психологията и социологията. Това съвпада

със заключението на Mensah, Hwang & Wu's (2004), че не е задължително икономиксът да бъде доминираща основополагаща дисциплина за всички изследвания в разглежданата сфера. Въпреки това, икономическата теория се очертава като доминираща в анализираниите изследвания по управленско счетоводство, докато използването на психологическата теория намалява през последното десетилетие.

Harris & Durden's (2012) изследват 138 статии по управленско счетоводство, публикувани през периода 2008 – 2010 в четири водещи списания. Обзорът в статията на най-новата литература в областта на управленското счетоводство е продължение на един непрекъснат процес, в който таксономията на изследваните теми и проблеми, е разработена и подобрена чрез преразглеждане и допълване. Обследвани са предходни обзорни статии в рамките на този процес, за да се набавят допълнителни гледни точки. В рамките на прегледа, класификациите са подобрени и адаптирани спрямо новите области и появилите се прозрения.

Статията на Harris & Durden's (2012) реализира следните приноси: осигурява задълбочен анализ върху публикуваните изследвания позволява на учените да получат по-добра ориентация за направлението на развитие на съвременните изследвания в посочената област; подчертава острата нужда от управление на интелектуалните ресурси, като ключова сфера за изследванията в областта на управленското счетоводство; изследването обръща внимание на ключовите нововъзникващи изследователски теми в литературата, включително тези, касаещи доверието, лидерството и организационната справедливост; проучването разкрива нарастващия акцент върху приложните изследвания и признаците за редуциране на празнотата между счетоводните изследвания и практиката.

Заключение

Задълбоченият анализ на публикуваните изследвания в областта на управленското счетоводство позволява на учените получат по-добра ориентация за направлението му на развитие като научна дис-

циплина. Подобен тип изследвания очертават кои са темите, при които се констатира необходимост от допълнителни проучвания и съответно към които да се насочат авторите в съответната област. Анализът на статиите служи за установяване на ключовите нововъзникващи изследователски теми в литературата. Освен това, чрез него се разкрива наличието и обхвата на евентуални пропуски и разминавания между счетоводните изследвания и практиката. За да изпълнят своите цели, подобен тип изследвания изискват постоянно ревизиране, адаптиране и допълване на прилагана таксономията, като се изхожда от постиженията на предходните аналогични проучвания.

Настоящият доклад може да послужи като отправна точка, от която да изследва научното развитие на управленското счетоводство, както в световен план, така и/или на местно равнище за дадена страна или регион.

Използвана литература

1. HARRIS, J. & DURDEN, C. (2012). Management Accounting Research: An Analysis of Recent Themes and Directions for the Future. *The Journal of Applied Management Accounting Research*. 10(2). p. 21-41.
2. HESFORD, J. et. al. (2007). Management accounting: A bibliographic study. on Chapman, C. et. al. *Handbook of Management Accounting Research*. p. 3-26.
3. LINDQUIST, T. & Smith, G. (2009). Journal of Management Accounting Research: Content and Citation Analysis of the First 20 Years. *Journal of Management Accounting Research*. (21). p. 249-292.
4. MENSH, Y., HWANG, N. & WU, D. (2004). Does Managerial Accounting Research Contribute to Related Disciplines? An Examination Using Citation Analysis. *Journal of Management Accounting Research*. (16). p. 163-181.
5. SHIELDS, M. (1997). Research in Management Accounting by North Americans in the 1990s. *Journal of Management Accounting Research*. (9). p. 3-61.

ПРИЛОЖЕНИЕ НА КОУЧИНГ КОНЦЕПЦИЯТА КАТО МЕТОД ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

Боряна Трифонова
МГУ „Св. Иван Рилски“ – София
boriana_trifonova@abv.bg

Abstract. A very significant factor for the success of every organization is dedicated employees. Employees that come to work full of energy and good mood. Coaching is about the individual contribution of every single employee in the whole process. It helps people to realize their own skills and talents and guide them to development. Unleashing employee full potential impacts over creating successful corporate culture and effective organizational change. Also it will improve the competitiveness of the company.

Keywords: *coaching, human resources management, organizational culture*

Въведение

Интересът на организациите към развитието на човешките ресурси има своето обяснение при функционирането им в съвременната икономика. Днес сме свидетели на увеличаваща се конкуренция между организациите, непрекъснати промени в нормативната база, внедряване на нова техника и технология, влошено състояние на трудовия пазар, негативни демографски тенденции и не на последно място ускорено остаряване на човешките знания, умения и компетенции. Компаниите от икономически напредналите страни осъществяват активна дейност по развитие на човешките ресурси, като считат че приоритетна област в тази насока е обучението на персонала.

В съвременния динамично развиващ се технологичен свят натрупването на значителен обем от „готови“ знания е само потенциална ценност и не е достатъчно за успешна личностна реализация. Съ-

щевременно информационното насищане на обществото отнема дългогодишното предимство на утвърдените методи за обучение – лекции, дискусии, инструктиране, решаване на казуси, демонстрации и други, като единствена възможност за усъвършенстване на знанията и уменията. Това предопределя и новата роля на учителя – превръщането му от монополист на знания и умения в медиатор между информационния хаос, подредените знания и неоползотворения потенциал на индивида.

Коучингът като метод за обучение на човешките ресурси

Буквалният превод на думата „коучинг“ от английски език е „да тренирам“, „да обучавам“ и е свързана със спорта. Използването на коучинг-концепцията дава възможност треньорът („коуч“) да надгради над таланта и да използва максимално добре потенциала на спортиста (отбора), който тренира. Обяснението на това въздействие се дава от класическата поведенческа психология. Според психолозите, „човекът се разглежда като празен съд, в който всичко може, и трябва да се излива – възпитание, ценности, маниери, познания, мироглед и др.“ (Лилова, 2017). Индивидът има нужда от подкрепа и окуражаване за постигане на определени цели, но всички умения и възможности са вътре в него.

Опорните думи при изясняване на понятието „коучинг“ са потенциал, ценности и цели. Затова коучингът е метод за обучение на индивида, свързан с отключване на неговия потенциал, чрез разкриване на основните ценности, поставяне на цели, спрямо тях и оказване на подкрепа за изпълнението им.

Отделният индивид може да бъде подпомогнат от коуч, когато се чувства уморен от еднообразието, неоченен на работно си място, неговите ценности не съвпадат с ценностите на организацията, няма възможност за развитие. Кариерният коуч се намесва, за да структурира пътя към вътрешното познание на индивида, като му помага да създаде план за действие и го окуражава в изпълнението му. Ролята на коуча в този процес е спомагателна и насърчителна, докато ролята на индивида е да поеме отговорност за кариерното си развитие,

професионалното си и лично удовлетворение.

Подкрепата, която оказва коучът на отделния индивид за постигане на личните му цели, чрез използване и развиване на персоналните умения и качества, се оказва ключова при постигане целите на организацията. Чрез оптимизиране на човешкия потенциал за творчество и развитие, коучингът подпомага и съдейства за овладяване и преодоляване на причините, спъващи изпълнението на личните и организационни цели.

Практическо приложение на коучинг концепцията като метод за управление на човешките ресурси

За илюстриране на практическото приложение на коучинга ще бъде цитирано и анализирано проучване направено през 2016 г. от К. Дачова, сред 88 българи – специализирани коучове, специалисти по управление на човешки ресурси, мениджъри от средно и високо управленско ниво (Дачова, 2016). Характерно за организациите, в които работят изследваните лица е, че те функционират в различни сфери на дейност: 55,3% са български компании, 21,2% - чужди компании и 23,5% - смесени компании, 64,7% - жени и 25,3% - мъже, до 25 год.- 4 души, от 26 до 35 год.- 34 души, от 36 до 45 год.- 29 души, от 46 до 55 год.- 17 души и над 55 год.- 2 души. Представителите са от различни сфери, богата националност на компаниите, на разнообразна възраст и повече жени.

Впечатление прави, че само 23,3% от изследваните лица са ползвали коучинг услугата, а 15,1% заявяват желание да ползват такава услуга. Въпреки това при оценката на възможностите на коучинга като метод за обучение на човешки ресурси 50,5% ги посочват като разрастващи се, 37,9% като реални, 32,2% като резултативни, 23% като огромни и 33,3% считат, че възможностите на услугата не са напълно използвани (посочван е повече от един отговор). Тенденцията е към осъзнаване полезността на метода, но все още е налице страх или невъзможност да се ползва.

Относно въпроса „За какво бихте използвали коучинг?“, анкетираните посочват на първо място – за мотивация на служители

(74,7%), второ място – за разрешаване на конфликти (64,4%), за изграждане на екипи и за изграждане на мениджърски умения с по 60,9%, за изграждане на лидерски умения (59,8%) и приложимост в период на липса на добри резултати (58,6%). Неоспоримо се налага мнението, че коучингът би дал най-добри резултати при установяване на устойчива мотивация в заетите.

Следващият раздел от въпросите е свързан с резултатите, които могат да се очакват от приложението на коучинга в управлението на човешки ресурси. Най-големият процент очаквани резултати е свързан с „постигане на цели“ (74,1%), 68,2% са за подобряване удовлетвореността и мотивацията, 58,8% за подобряване на представянето и 54,1% за създаване на визия за бъдещето. Тези очаквания имат своето обяснение, тъй като най-трайните и полезни резултати, които са постигнали хората, работили с коуч, са свързани с „усещане за активност към действия“ (71,3%) и „усещане за завишена мотивация“ (64,4%).

Като препоръки за приложението на коучинга могат да се посочат:

- *Първо*, бизнесът, както и всяка човешка дейност, са неразривно свързани с глобализацията, демографските промени, продължаващата европейска интеграция, технологичните и информационно-комуникационни промени, изчерпването на едни ресурси и заместването им с други. Това неизбежно налага използването на нови начини за бизнес управление и по-конкретно за управление на човешките ресурси;

- *Второ*, запазването на квалифицирания персонал, както и пълноценното използване на неговия потенциал са възможни само след преценка на ценностите и промяна на средствата за реализация на целите. Важно е използването на меки, неавторитарни методи за въздействие, в посока припокриване на индивидуалните и организационни интереси;

- *Трето*, коучингът представлява ценен метод за обучение на човешките ресурси, който залага на индивидуалния принос на всеки. Коучът подпомага и насочва отделния служител към прилагане и

развитие на собствените му умения и таланти, в името на по-добрата и успешна организация на работата;

- *Четвърто*, всяка организация, за да бъде конкурентоспособна и да изгради успешна организационна промяна е препоръчително да използва в инструментариума за управление на човешките ресурси – Коучинг метода. Когато индивидите са наясно със собствените си цели и чувстват организацията като място за реализацията им, те творят заедно с тази организация. Доказано е, че само творчески ориентираните организации могат да се адаптират и постигат нужната промяна в бързо променящата се бизнес среда.

Заклучение

За успеха на всяка организация е от изключително значение тя да разчита на мотивиран персонал, който активно да съдейства за реализация на поставените цели. Чрез оптимизиране на човешкия потенциал за творчество и развитие, коучингът подпомага и съдейства за изграждане на успешна корпоративна култура, ефективна организационна промяна и осигурява конкурентоспособност. Тенденцията е към оценяване полезността на метода, неговото налагане и включване в инструментариума за управление на човешките ресурси.

Използвана литература

1. ДАЧОВА, К. (2016) Коучинг подход – място в инструментариума за Управление на човешките ресурси, www.linkedin.com
2. КАЗАРИН, М. (2016) Коучинг как средство управления, Москва, kazarin.su
3. ДАЧОВА Лилова, Т. (2017) Коучинг – дефиниция, ползи и инструменти, www.novavizia.com
4. СТЕФАНОВ, Л., М.Пейчева (2013) Управление на човешки ресурси, Тракия
5. ШОПОВ, Д., Д. КАМЕНОВ и др. (2013) Как да управляваме човешките ресурси в предприятието, ИК “Труд и право“

ЕДИН ЧАСТЕН СЛУЧАЙ НА ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЯ В УСЛОВИЯ НА КОНФЛИКТ С ПОМОЩТА НА МАТРИЧНИ ИГРИ

Йордан Петков, Велина Йорданова
Икономически университет – Варна
jr_petkov@ue-varna.bg

Abstract. Many conflict situations in economics, management and politics find their scientifically based decision thanks to Game Theory. It represents the study of mathematical models of the processes of decision making in terms of strategic uncertainty or cooperation and their properties. The biggest success Game Theory achieves in the field of finite two-person constant-sum games (or so called “matrix games”), for the solution of which effective methods are developed. These are characterized by the presence of two participants – “players” with completely opposite interests, having a finite number of pure strategies (courses of action in the conflict situation). Resolution of the game aims to identify the optimal strategies of the players - pure or mixed, by means of which they achieve maximal possible outcome.

This paper examines one particular case of $2 \times n$ and $m \times 2$ matrix games, where one of the players has exactly two pure strategies and the other player has three or more non-dominated (active) pure strategies. An approach to directly identifying the appropriate 2×2 subgames and obtaining the corresponding optimal strategies is proposed, representing an addition to the well-known graphical method. The methodology is demonstrated using numerical example.

Keywords: *game theory, matrix games, graphical method, conflict*

Въведение

През последните години в научните среди се отделя все по-голямо внимание на въпросите, свързани с организацията и управлението. Като основни причини за това могат да се посочат непре-

къснатите динамични промени на бизнес средата, в която функционират стопанските субекти; бързото развитие на технологиите; увеличаването на мащаба и разходите на производствените дейности. Всичко това води да необходимостта от въвеждането на нови научни методи за вземане на обосновани управленски решения, значителна част от които се обединяват под наименованието „Теория на игрите“.

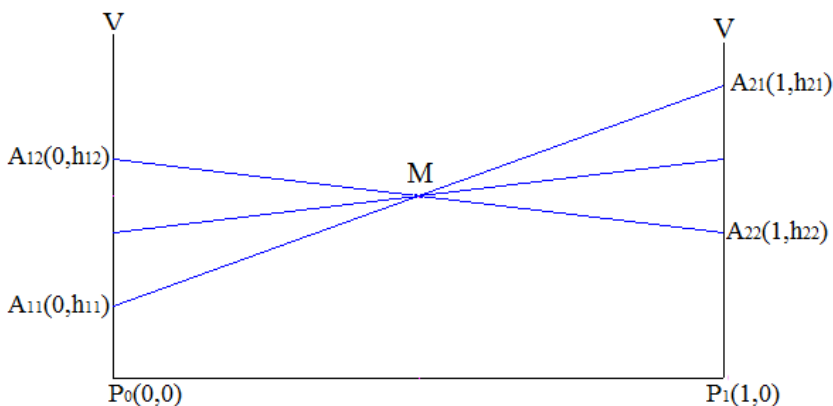
Най-големи успехи „Теория на игрите” постига в областта на крайните игри с двама играчи и постоянна сума (т.нар. матрични игри), за решаването на които са разработени ефективни методи както в общия, така и в редица специални случаи (Дочев & Вълкова 2009; Mishra & Jaisankar 2007). Основната цел, която си поставят авторите в настоящата разработка, е да предложат методика за решаване на матрични игри 2×1 (съответно $m \times 2$) в един частен случай, при който вторият (съответно първият) играч има повече от две активни чисти стратегии. Методиката е демонстрирана с числов пример.

Материали и методи

Широко използван метод за решаване на матрични игри от вида 2×1 и $m \times 2$ е т.нар. графичен метод (Дочев & Вълкова 2009; Andrew 2003), който дава възможност нагледно да се отделят активните чисти стратегии на играчите (тези, които биха използвали с положителна вероятност) от тези, които те не биха използвали (биха използвали с вероятност 0). Същността му се заключава в изобразяването на минималната обвивка на играта 2×1 (съответно максималната обвивка на играта $m \times 2$) и определянето на максиминната (съответно минимаксната) точка от нея. Линиите, които минават през тази точка, определят активните стратегии на втория (съответно първия) играч. По този начин намирането на оптимално решение на изходната игра се свежда до решаването на подигри 2×2 , включващи двойки активни стратегии на играчите. Случаят, при който в максиминната (минимаксната) точка се пресичат точно две линии, предполага решаването само на една подигра 2×2 . По сложен е случаят,

при който в максиминната (минимаксната) точка се пресичат повече от две линии. Той предполага наличието на алтернативни оптимални решения на играта, за намирането на които различни автори предлагат различни подходи. Така например Д. Дочев и Ю. Вълкова предлагат в този случай да се използва общият метод за решаване на матрични игри, основан на методите на линейното оптимизиране (Дочев & Вълкова 2009). В пособието „Quantitative Techniques for Managers“ (2017) се предлага графично решаване на всички възможни подигри 2×2 , получени от изходната игра, и подбор на тези от тях, които дават оптимално решение. В настоящия доклад ще предложим методика, допълваща класическия графичен метод, която позволява непосредствен подбор само на тези подигри 2×2 , които дават оптимално решение на изходната игра, при положение, че максиминната (минимаксната) точка M е вътрешна за областта VP_0P_1V (не лежи на вертикалните оси P_0V и P_1V) (фиг. 1). Методиката се основа на следното твърдение.

Ако една подигра 2×2 дава оптимално решение на изходната игра, то линиите, които я определят, минават през максиминната точка (при игра $2 \times n$) или през минимаксната точка (при игра $m \times 2$) и имат противоположен наклон (ъглов коефициент).



Фигура 1. Графично решение на игра $2 \times n$

Твърдението се доказва лесно, като се използва известната от аналитичната геометрия формула за ъглов коефициент на права, минаваща през две дадени точки (Дочев et al. 2011, р. 176) и допускането, че максиминната (минимаксната) точка М е вътрешна, т.е. двете чисти стратегии на първия (втория) играч са активни - не се доминират.

От казаното дотук може да се обобщи следният алгоритъм за намиране на оптималните решения на произволна игра $2 \times n$ ($m \times 2$):

1) като се използва класическият графичен метод за решаване на такъв вид игри, се построява минималната (максималната) обвивка на играта и се определя максиминната (минимаксната) ѝ точка - М;

2) всеки две линии, които минават през точка М и имат противоположни наклони, определят подигра 2×2 , от която се намира оптимално решение на изходната игра;

3) ако броят на тези подигри е по-голям от 1, то изходната игра има безброй много оптимални решения – изпъкнали линейни комбинации на намерените в точка 2) решения.

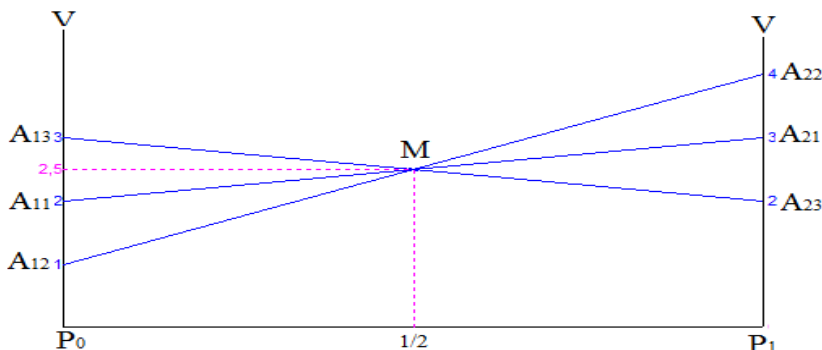
Резултати и обсъждане

Предложената методика ще демонстрираме със следния числов пример: *да се реши матричната игра $\Gamma_{2 \times 3}$, зададена с платежна матрица*

$$H = \begin{array}{c} \begin{array}{ccc} y_1 & y_2 & y_3 \\ x_1 & \left\| \begin{array}{ccc} 2 & 1 & 3 \\ 3 & 4 & 2 \end{array} \right\| \\ x_2 & \left\| \begin{array}{ccc} 2 & 1 & 3 \\ 3 & 4 & 2 \end{array} \right\| \end{array} \end{array}$$

Непосредствено установяваме, че играта няма решение в чисти стратегии, затова търсим решение в смесени стратегии. Според алгоритъма на графичния метод за решаване на игри $2 \times n$ определяме минималната обвивка на Γ – начупената линия $A_{12}MA_{23}$ и максиминната ѝ точка М (фиг. 2). Активните стратегии на II играч са тези, чиито линии минават през точка М - y_1 , y_2 и y_3 . Тъй като техният брой е по-голям от 2, намирането на оптималните решения на играта

Г се свежда до решаването на няколко подигри 2×2 . Съгласно предложената методика следва да се разгледат само тези от тях, за които линиите, съответстващи на стратегиите на II играч, имат противоположни наклони. Това са подиграта $\bar{\Gamma}_1$, определена от линиите $A_{11}A_{21}$ и $A_{13}A_{23}$, и подиграта $\bar{\Gamma}_2$, определена от линиите $A_{12}A_{22}$ и $A_{13}A_{33}$.



Фигура 2. Графично решение на играта Г

• Играта $\bar{\Gamma}_1: \bar{H}_1 = \begin{matrix} y_1 & y_3 \\ x_1 & \begin{vmatrix} 2 & 3 \\ 3 & 2 \end{vmatrix} \\ x_2 & \end{matrix}$ има оптимално решение: $\bar{P}_1^0 = \left(\frac{1}{2}, \frac{1}{2}\right)$, $\bar{Q}_1^0 = \left(\frac{1}{2}, \frac{1}{2}\right)$, $\bar{V} = 2,5$. Съответстващото му оптимално решение на изходната игра Г е: $P^0 = \left(\frac{1}{2}, \frac{1}{2}\right)$, $Q^0 = \left(\frac{1}{2}, 0, \frac{1}{2}, 0\right)$, $V = 2,5$.

• Играта $\bar{\Gamma}_2: \bar{H}_2 = \begin{matrix} y_2 & y_3 \\ x_1 & \begin{vmatrix} 1 & 3 \\ 4 & 2 \end{vmatrix} \\ x_2 & \end{matrix}$ има оптимално решение: $\bar{P}_2^0 = \left(\frac{1}{2}, \frac{1}{2}\right)$, $\bar{Q}_2^0 = \left(\frac{1}{4}, \frac{3}{4}\right)$, $\bar{V} = 2,5$. Съответстващото му оптимално

решение на изходната игра Γ е: $P^0 = \left(\frac{1}{2}, \frac{1}{2}\right)$, $Q_2^0 = \left(0, \frac{1}{4}, \frac{3}{4}, 0\right)$,
 $V = 2,5$.

Подиграта $\bar{\Gamma}_3$ с платежна матрица
$$\bar{H}_3 = \begin{matrix} & y_1 & y_2 \\ x_1 & 2 & 1 \\ x_2 & 3 & 4 \end{matrix}$$
 не трябва да се разглежда, тъй като линиите $A_{11}A_{21}$ и $A_{12}A_{22}$ имат еднакъв наклон. Следва да отбележим, че играта Γ има безброй много оптимални решения, при които цената на играта $V = 2,5$, оптималната стратегия на I играч е P^0 , а оптималните стратегии на II играч представляват изпъкнали линейни комбинации на стратегиите Q_1^0 и Q_2^0 .

Заклучение

Предложената в настоящата разработка методика представлява допълнение към класическия графичен метод за решаване на матрични игри 2×1 и $m \times 2$. Тя позволява непосредственото определяне на оптималните им решения с по-малък разход на време и изчислителни ресурси, разширявайки възможностите за приложение на матричните игри в практиката. В този смисъл, в следващи автори разработки ще бъде направен опит за апробирането ѝ с реални данни.

Използвана литература

1. ДОЧЕВ, Д. & ВЪЛКОВА, Ю. (2009) *Приложна теория на игрите*. Варна: Наука и икономика.
2. ДОЧЕВ, Д. et al. (2011) *Математика с приложения в икономиката*. Варна: Наука и икономика.
3. ANDREW K. (2003) *Computing Optimal Strategies in Zero-Sum Matrix Games*. [Online]. Available from: www.cs.bath.ac.uk. [Accessed: 10/04/2017].
4. MISHRA, P.N. & JAISANKAR, S. (2007) *Quantitative Techniques for Management*. [Online]. Excel books private ltd. Available from: dl4a.org/uploads/pdf/quantitative-techniques-for-management.pdf. [Accessed: 10/04/2017].
5. *Quantitative Techniques for Managers*. [Online]. Available from: www.pondiuni.edu.in/storage/dde/downloads/mbaii_qt.pdf. [Accessed: 10/04/2017].

ОЦЕНКАТА НА НЕКОНТРОЛИРАЩОТО УЧАСТИЕ – ФАКТОР ПРИ ОПРЕДЕЛЯНЕ НА СТОЙНОСТТА НА РЕПУТАЦИЯТА

Атанас Атанасов

Икономически университет – Варна

atanasov_at@ue-varna.bg

Abstract. The object of this publication is the existing regulations in international accounting standards in the formation of the initial evaluation of the arising goodwill or gain from a bargain purchase. We want to stop the attention to this problem, because we believe that the majority of research in recent years focusing on the ways to further evaluation of goodwill as analyzed adequacy of its impairment testing. Without denying the critical importance of this aspect of goodwill accounting we express opinion that the choice of method for assessing the NCI has important implications for the overall implementation of the business combination and the amount of initial goodwill recognized in the financial statements of the acquirer after the transaction, which is crucial for further analysis as subject of discussion in professional circles. nt this page and refer to it as a style sample before you begin working on your paper.

Keywords: *goodwill, non-controlling interest (NCI), business combinations*

Въведение

Първоначалните оценки са тези, по които активите биват оценявани при тяхното придобиване в предприятието, известни още с понятието „историческа цена“. Доколкото е свързана с първоначалната оценка на активите и пасивите на предприятието ще разгледаме съществуващата уредба в международните счетоводни стандарти при формирането на първоначалната оценка на възникналата репу-

тация или печалбата от изгодна покупка. Приложимия МСФО 3 – *Бизнескомбинации* определя възникващата репутация в резултат на осъществена бизнескомбинация като вид нематериален актив, който е придобит в резултат на сделката и е израз на бъдещите икономически изгоди, които се очаква да бъдат извлечени от осъществената бизнескомбинация и които не могат да бъдат разпределени към някои от другите придобити индивидуално разграничими активи. Редица учени посочват, че според изискванията на МСФО 3 за първоначалното формиране на стойността на репутацията това е твърде сложен процес, изискващ извършването на редица процедури и на практика се явява един от последните етапи на счетоводното отчитане на дадена бизнескомбинация. Ето защо правилното определяне на всеки от компонентите на представената разлика има важно значение за крайния размер на признатата репутация.

Целта на публикацията е извършването на критичен анализ на нормативната уредба в приложимия МСС/МСФО по отношение на оценката на неконтролиращото участие и разкриване на възможните опасности при прилагането му в бизнес практиката от гл.т. на влиянието му върху размерът на докладваната във финансовите отчети след бизнескомбинацията репутация.

Материали и методи

Изследването ни е базирано на приложимия МСФО 3 – *Бизнескомбинации* като е изследвана предоставената от стандарта възможност за използване на алтернативен метод за оценка на неконтролиращото участие, формирано в резултат на бизнескомбинация. При извършване на проучването са използвани и публикациите на различни автори, които имат активно отношение по темата.

Резултати и обсъждане

Според изискванията на МСФО 3 - *Бизнескомбинации* първоначалното формиране на стойността на репутацията може да бъде представено по следния начин:



Фигура 1. Първоначална оценка на репутацията

Посочените стъпки в методиката за оценка ни дават основание да заключим, че определянето на стойността на репутацията е твърде сложен процес, изискващ извършването на редица процедури и на практика се явява един от последните етапи на счетоводното отчитане на дадена бизнескомбинация.

Ще спрем вниманието си върху вторият компонент, който включва **признаването и първоначалното оценяване на неконтролиращото участие в придобиваното предприятие**. Първо считаме, че следва да направим важно уточнение, че терминът „неконтролиращо участие“ се явява заместител на използвания в предишни редакции на стандарта „малцинствено (миноритарно) участие“. Това са съществуващи участия в собствеността, които дават право на притежателите им на пропорционален дял от нетните активи на предприятието в случай на ликвидация. С разпоредбите на МСФО 3 е дадена възможност на придобиващото предприятие за алтернативен избор за оценка на неконтролиращото участие, което е придобито към датата на бизнескомбинацията, а именно: (МСФО 3, пар.32)

а) по справедливата стойност; *или*

б) по пропорционалния дял на съществуващите инструменти на собственост в признатите стойности на разграничимите нетни активи на придобиваното предприятие.

Всички други компоненти на неконтролиращите участия се оценяват по техните справедливи стойности към датата на придобиване, освен ако МСФО налагат друга база за изчисляване. Важно е да отбележим, че няма изискване за последователност при прилагането на една от двете възможности в счетоводната политика на предприятието по отношение на всички осъществявани бизнескомбинации, а се дава възможност методът за оценка на неконтролиращото участие да бъде определян поотделно за всяка бизнескомбинация. В случаите, когато неконтролиращото участие е оценено по справедлива стойност, се говори за възникването на т.нар. „пълна“ репутация или още методът е наречен „метод на пълната репутация“, а при алтернативния вариант се говори за „непълна“ репутация или само за репутацията, която е свързана с дела на контролиращото участие.

Въвеждането на възможност за използване на алтернативен метод за оценка на неконтролиращото участие всъщност се явява по-ранната стъпка в хармонизирането на МСС/МСФО и Американските общоприети счетоводни принципи (US GAAP), според които неконтролиращото участие се оценява по справедлива стойност към датата на бизнескомбинацията.(FASB, BC Topic 805).

Тази нова възможност представлява съществено различие в сравнение с предходната редакция на стандарта до 2009 г. и може да доведе до значителни различия в сумата на признатата репутация. Преди тази редакция на МСФО 3 репутацията следваше да бъде определена като разлика между цената на придобиване и дела на придобиващия в справедливата стойност на придобитите разграничими нетни активи на придобиваното предприятие. По тази причина и признаването на репутацията в резултат на осъществената бизнескомбинация беше само по отношение на частта от дяловото участие на придобиващото предприятие (майка) в придобитото предприятие. Този метод според някои автори не е в унисон с консолидационните теории и влиза в колизия с основно правило на МСФО 3 и както отбелязва Филипова (2014) „контролиращото предприятие-майка трябва да консолидира изцяло всички контролирани активи и поети

пасиви, а не само до степента на притежаваното дялово участие“ (Филипова, Ф. и др., 2014, с. 251).

Спираме вниманието върху този проблем, тъй като считаме, че по-голямата част от изследванията в последните години акцентират върху начините за последващо оценяване на репутацията като подлагат на анализ адекватността на обезценяването ѝ. Без да отричаме изключителната важност на този аспект от отчитането на репутацията изразяваме становище, че изборът на метод за оценка на неконтролиращото участие има важно значение както за цялостното реализиране на бизнескомбинацията, така и върху размера на първоначално признатата репутация във финансовия отчет на придобиващия след сделката, което е от ключово значение за последващия анализ, тъй като е обект на дискутиране в професионалните среди.

Определянето на справедливата стойност на неконтролиращото участие пък е един от проблемните моменти, които могат да възникнат след приемането на новата регламентация. Макар, че в приложението към МСФО 3 са дадени някои насоки за определянето ѝ, то следва да се отбележи, че те са свързани основно с определянето на пазарната стойност на акциите на активен пазар, като е дадена възможност за използването и на други методи без изричното им посочване. Така например в ситуация, при която придобиващия не придобива 100% от акциите на придобитото предприятие следва да се прецени дали за оставащите в придобитото предприятие акции има активен пазар за тяхното търгуване. Наличието на такъв пазар би дало възможност на придобиващия да оцени неконтролиращото участие по справедлива цена към датата на сделката, но ако на практика оставащите акции не са търгуеми на активен пазар, то за придобиващия остава възможността за използване на алтернативни техники за оценка на неконтролиращото участие. Това дава обяснение защо този метод за оценка е наречен метод на „пълната“ репутация, тъй като признатата в случая репутация представлява цялата репутация на бизнеса, който е придобит, а не само тази до дела на придобиващия, както беше регламентирано в предишните редакции на стандарта.

Използването на този подход естествено поражда и редица въпроси относно неговото приложение. Безспорно ясно е как следва да процедира придобиващият в случаите, когато има активен пазар за останалите акции на придобиваното предприятие (неконтролиращо участие), но какво би станало ако такъв пазар липсва? Или как следва да се постъпи в случай, че става въпрос за сделка по придобиване на непублично предприятие? И в двата случая считаме, че основен способ за оценяване би бил използването на оценка от лицензиран оценител, който да определи стойността на неконтролиращото участие. Определянето на справедливите стойности се явява основен аргумент на критиците на метода на пълната репутация. Така според Welk (2015) „значителната доза на субективни преценки, присъщи на този метод, могат да подкопаят надеждността, сравнимостта и прозрачността на консолидираните финансови отчети особено в случаите на компании, осъществили множество бизнескомбинации“.

(Welk, 2015, с. 550)

Друг аргумент, посочен от Welk е, че в резултат от използването на този метод, стойността на признатата в баланса положителната репутация е по-висока, тъй като тя покрива цялата репутация, а не само частта на придобиващия. Това завишава стойността на признатите активи на предприятието и в същото време води до увеличението на балансовата стойност на неконтролиращото участие, което пък рефлектира върху увеличаване на собствения капитал на придобиващото предприятие и в крайна сметка води до т.нар. „раздуване на баланса“. По тази причина той посочва, че метода на пълната репутация позволява повече манипулиране на размера на репутацията чрез прилагането на различни оценъчни техники, а по този начин намалява и достоверността и сравнимостта на информацията във финансовите отчети, което го прави потенциално приложим при техниките на т.нар. „креативно счетоводство“. (Welk, 2015, с. 552-554)

Отчитайки тези виждания може да направим обоснован извод, че и Welk подобно на опасенията, които споделяме ние, концентрира основния проблем при прилагането на метода на пълната репутация в оценката на неконтролиращото участие след осъществена бизнеском-

бинация. Проблемът произтича от възможността справедливата стойност на това неконтролиращо участие да бъде обект на умишлено манипулиране. Това притеснение не би било налице тогава, когато определянето на справедливата цена се базира на котирани (наблюдавани) цени на активен пазар или т.нар. Ниво 1 при определянето на справедливите цени, както е посочено в МСФО 13 – Оценяване по справедлива стойност. (МСФО 13, пар.79-90) В същото време по отношение на цените, които не са постигнати на активен пазар Ramanna и Watts (2007) споделят, че „се базират на недоказуеми оценки на справедливата стойност и по този начин фирмите могат да ги манипулират“, т.е. да управляват процеса на получаването на тези цени. Затова считаме, че предоставената възможност за избор на метод за оценка на неконтролиращото участие следва да бъде разглеждана основно през призмата на мениджмънта на предприятието, който следва да упражни правото на избор. Преценката следва да отчита различни фактори и да балансира тяхното влияние, тъй като посочените методи могат да доведат до признаване на съществено различни стойности на репутацията във финансовия отчет на придобиващия.

В някои случаи може да се стигне до получаването на съществена разлика между справедливата стойност на една акция, определена при придобиването на пакета от акции, осигуряващ контрол и справедливата стойност на една акция от неконтролиращото участие. Точно такъв е казусът, разгледан от Welk, при който контролиращия пакет представлява 50,66% от акциите с право на глас, оценен при сделката за 139 млн. долара, а неконтролиращото участие, което е почти същото по размер е оценено за 373 млн. долара, което е 2,7 пъти повече от цената за придобития контрол. В такива случаи на използване на оценъчни техники считаме, че разлика между тези цени е допустима, но по-скоро в ситуация, при която стойността на една акция от контролиращия пакет е по-висока от стойността на една акция от неконтролиращото участие. Това може да бъде обяснено с обстоятелството, че в цената на акциите на контролиращото участие е отчетена и платената от придобиващия премия за получения контрол или други мотиви на придобиващия. Този аргумент се

посочва и от Mackenzie и колектив като те споделят тезата, че „даден инвеститор *не би желал* (курсивът мой - Ат. Ат.) да плаща същата сума на акция за акции, които не носят контрол, каквато би платил за акциите, които носят контрол“ (Mackenzie et al., 2014, с. 347) Изхождайки от горното считаме, че подчинявайки оценките на целите и желанията си, мениджмънтът може да наруши тяхната обективност, което да отдалечи финансовите отчети на предприятията от концепцията за „вярно и честно представяне“. Подобно е заключението на Ramanna и Watts, според които „колкото по-широко е използването на недоказуема справедлива стойност при оценки в областта на счетоводството, толкова повече „мениджмънт“ ще се появява във финансовите отчети“ (Ramanna K., Watts, R., 2007, с.43). Подкрепя за тази теза срещаме и в публикацията на Shalev et al. (2013), които разкриват връзката между размерът на репутацията във финансовите отчети и бонусите на висшия мениджмънт като считат, че тези констатации се основават на теорията за опортюнизма на мениджмънта. Това ни дава основание да считаме, че в търсенето на баланс между различните интереси мениджмънтът на предприятията е изправен пред предизвикателството да прилага добросъвестно изискванията на счетоводните стандарти или да използва различни финансови и счетоводни техники за „изкъпване“ на финансовите резултати чрез манипулиране на стойността на репутацията.

Заключение

Като обобщение на изложеното от нас може да заключим, че посочването на аргументите „за“ и „против“ въведения метод кореспондират с нашата цел - да се концентрира вниманието на специалистите по счетоводство към евентуалните проблеми, свързани с "метода на пълната репутация" и потенциала, който се крие в неговото прилагане, за осъществяване на умишлено манипулиране на информацията във финансовите отчети. Разгледаният въпрос е по-редното доказателство, че в областта на отчитането на репутацията счетоводните стандарти допускат прекалено висока степен на преценка от страна на корпоративните мениджъри. Безспорно приемаме, че не следва да се разглежда като правило и да се възприема като

норма, че преценката задължително ще навреди на полезността на счетоводната информация. По принцип свободата на действие позволява на мениджърите да оповестят определена частна информация на инвеститорите и по този начин да се подобри информационната стойност на финансовите отчети на предприятието, но за съжаление съществуват редица изследвания, които доказват обратната практика, което поставя под сериозен риск качеството на оповестяваната информация във финансовите отчети

Въпреки това следва да бъдем коректни като отбележим, че липсва цялостно изследване върху ефектите от прилагането на метода, което пък е поле за по-нататъшни изследвания, които авторът възнамерява да осъществи.

Използвана литература

1. FASB Accounting Standards Update, Business combinations (Topic 805), ASC 805-20-30-1, <https://asc.fasb.org/section&trid=2899173>, видяна на 20.12.2016.

2. MACKENZIE, B. et al. (2014) Международни стандарти за финансова отчетност. Коментари и приложения, Willey&Данимекс.

3. RAMANNA, K., WATTS, R. (2007) Evidence on the Effects of Unverifiable Fair-Value Accounting. Harvard Business School Working Paper No. 08-014. p. 1-58. [Online] Available from: <https://ssrn.com/abstract=1012139> [Accessed 10/12/2016]

4. SHALEV, R., I. ZHANG, Y. ZHANG (2013) CEO compensation and fair value accounting: Evidence from purchase price allocation. *Journal of Accounting Research* 51, 819-854.

5. WELK, J. (2015) Full-Goodwill Method of Accounting for Business Combinations and Quality of Financial Statements. *Journal of Modern Accounting and Auditing*. 11 (11), p. 549-560.

6. МСФО 13 – Оценяване по справедлива стойност, пар. 79-90, [Online] Available from: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/comitologie/rps/2012/D020962-01/COM-AC_DRC\(2012\)D020962-01\(ANN3\)_BG.doc](http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/comitologie/rps/2012/D020962-01/COM-AC_DRC(2012)D020962-01(ANN3)_BG.doc). [Accessed: 15/09/2016]

7. МСФО 3 – Бизнескомбинации, Пар. 32, посл. изм. Регламент (ЕС) № 149/2011 на Комисията от 18 февруари 2011 година.

8. ФИЛИПОВА, Ф., СТЕФАНОВ, Св., ПЕТРОВА, Р. (2014) Учебно помагало по хармонизация на счетоводството (МСС/МСФО). Варна. ИК „Геа Принт“.

ЕТАПИ ПРИ ИЗВЕЖДАНЕ НА МОДЕЛ ЗА ДЕЙСТВАЩО ПРЕДПРИЯТИЕ

Константин Велчев

Икономически университет – Варна

k.velchev@ue-varna.bg

Abstract. The report presents research made by the author of empirical models developed based on the techniques of statistical classification. On this basis are published conclusions for the stages of modeling going concern. A special place occupy the main issues which need to be answered at every stage of developing a model to assess the going concern. Four successive steps were noted by the author whose implementation will result in the generation of a model to assess the ability of the business to remain a going concern: (1) The construction of the sample; (2) The selection criteria for inclusion and exclusion in the sample; (3) Selection of variables (predictors) describing the "non-operational enterprise"; (4) Assess the quality of forecasts.

Keywords: *Going Concern, Audit's Opinion, Financial Report*

След публикацията на Tamati (1964), много автори са се опитали успешно да оценят риска от осъществяване на квалификацията „недействащо предприятие“, базирайки се на финансовия анализ, приложен върху техните ФО. Използваните техники са различни, но основополагащ принцип, който обединява различните публикации е използването на исторически данни и установяване на връзка между миналите събития, както и изследване на възможността те да окажат влияние върху бъдещото развитие на предприятията. Авторите разполагат с ФО за предприятията, за които е известно че, са или не са действащи към края на периода на изследването. Това дава възможност за селектиране на различни счетоводни променливи, които са най – характерни за дихотомните състояния на предприятието. Та-

къв подход формира списък от променливи, които най-силно отличават действащите от недействащите предприятия. На следващо място се установява статистическа връзка между тези променливи и действителността на твърдението „действащо предприятие“. Качеството на разработеният индикатор за риск се преценява според грешките в класифицирането:

Какъв е процентът от недействащи предприятия, които се считат за действащи – **грешка от тип 1**;

и обратното какъв е процентът на предприятията, които са действащи, но според изведения модел се считат за недействащи – **грешка от тип 2**.

Четири логически стъпки са забелязани при генериране на модел за оценка на възможността предприятието да остане действащо.

(1) Изграждане на извадката - оказва основно влияние върху качеството на оценката. На този етап: **(1.1)** се дефинира понятието „действащо предприятие“ с всичките за него основни черти и характеристики, които като изследователи (субективно) приемаме за съществени - важен избор който определя условията за хомогенност и представителност на извадката; **(1.2)** избор на хоризонт на предвиждането - този избор определя така изградения индикатор като дескриптивен, предиктивен или номографски.

(1.2) Дефинирането на „недействащо“ и на „действащо“ предприятие опосредства разделянето на извадката на двете групи предприятия, които служат за база при извеждане на индикатора за риск. Определянето на „недействащото“ предприятие е сложен и дискуссионен въпрос. То се влияе от множество фактори, най-важните измежду които е: **кой прави преценката** (мениджмънт, одитор или външен потребител) и **какви са мотивите за оценка**.

Повечето известни модели почиват на разбирането, че недействащо предприятие е всяко търговско дружество, за което е започнала съдебна процедура. Редица автори считат, че е налице недействащо предприятие, когато дефакто е имало неизвършено плащане към кредиторите, в случаите, в които последните не са поискали откриване на процедура по несъстоятелност, но са предприели някакви

действия за предявяване на вземането си. Традиционно се противопоставят дружества, които са били предмет на колективно производство по несъстоятелност с предприятия, за които не е налице това обстоятелство. Възможно е също към дефиницията за „недействащи“ да се приобщят освен предприятията със започнала процедура и тези, за които е известно, че имат настъпил падеж на задължение, но за които не е започнала съдебна процедура. Обратно, други автори ограничават извадката само до предприятията със започнала процедура по несъстоятелност. По този начин те: (1) включват в групата на действащите предприятия тези с „крехко“ финансово състояние, като по този начин разширяват диапазона на дефиницията за „действащо предприятие“, което ще доведе до отслабване на качеството за предвиждане на модела поради по-голямата прилика на двете групи; (2) изключват напълно от двете групи предприятията с „крехко“ финансово състояние, като по този начин се цели по-отчетлива (ясна) дискриминация. Качеството на прогнозата при (2) според заключенията на Altman и Loris (1976), Toffler (1982) не се увеличава значително.

(1.2) Избор на хоризонт на предвиждането. Тук се търси отговор на два въпроса: На коя дата настъпва обстоятелството „недействащо“ предприятие? От данни към коя дата (за кой период) ще се установява дискриминацията? Разликата между тези две дати в разглежданите изследвания е прието да се нарича хоризонт на предвиждането или прогнозен хоризонт. Изследователят следва да има предвид, и нормативно изискване при определяне на хоризонта на предвиждането. Обикновено се избират два хоризонта - една година и три години преди датата на настъпване на обстоятелството „недействащо предприятие“.

(2) Избор на критерии за включване и/или изключване в групите. Разделянето на извадката на две групи повдига въпроса за представителност и хомогенност на двете групи. Именно тези два параметъра определят характеристиките на предприятията, за които може да се прилага показателя за риск. Представителността се постига чрез въвеждането на критерии за включване и/или изключване,

които обикновено се свеждат до: сектор на икономиката, мащаб (големина) на предприятията, съотношение на „действащи“/ „недействащи“ предприятия. Този въпрос е намерил няколко решения в различните авторови модели.

Ранните проучвания, с по-изразен научно-изследователски характер, прибягват до изследване на ограничен брой предприятия (66, от които 33 действащи и 33 недействащи Altman (1968)), то текущи-те проучвания се основават на големи извадки.

Друг начин да се постигне представителност на извадката е да се ограничи обхвата на показателя за **целевата група** чрез въвеждане на критерия за секторна принадлежност и/или мащаб на предприятието. Този подход има предимството, че едновременно удовлетворява изискването за представителност и хомогенност.

Следващият въпрос е, ако се използва хетерогенна извадка, как да се избегне „изкривяването“ на резултатите, което произтича от това? Една от забелязаните възможности е използването на „относителните величини“. Да се сравни относителната величина на даден показател за предприятие със секторната такава дава възможност за намаление на секторната специфичност. Platt и Platt (1991) разработват два показателя въз основа на едни и същи данни. Единият е относителен, а другия абсолютен. Заключениеята показват, че относителните показатели са по-подходящи за сравнение. Тази процедура за подбор на предприятия се използва рядко. Най-използваният подход е процедурата на съчетаване на едно „действащо“ с едно „недействащо“ предприятие с относително еквивалентни мащаби в един и същи икономически отрасъл на националната икономика. Когато е налице едно относително ограничение на наличните данни, именно този метод е методът, който най-добре намалява изкривяването на информацията, свързано с хетерогенността на извадката. Недостатък на метода е, че групата на „недействащите“ предприятия задава големината на критерия за размер на предприятието. Това, може да доведе до изкривяване на получените резултати, тъй като така изготвената извадка може да не отговаря на структурата на общата популация. Malecot (1986) заключава, че този проблем въз-

никава, независимо от начина на формиране на извадката поради рядкостта на „недействащите“ предприятия. Bardos и Zhu (1997) заключават, че резултата от някои техники за класифициране зависи от относителния размер на двете извадки. За ограничаване на този ефект е налице възможност, внасяща еквивалентност на съотношението между двете групи да бъде в съответствие с това на популацията. Така целевите групи, производни на извадката, ще имат същата структура по отношение на дефиницията за действащо предприятие, и като резултат изводите от изследването биха били по-малко предубедени.

(3) Избор на променливи, описващи „недействащо предприятие“ – основава се предимно на данни от ФО на предприятията, но се наблюдават модели с произход от САЩ, където се използват и данни от самия пазар (цени на акциите). Първият избор на променливи, описващи „недействащите“ предприятия обикновено е субективен. Всеки от изследователите разглежда показатели, които той смята за значими. Не са малко случаите, от 2005г. насам, при които авторите изчисляват различни съотношения от изходните данни (математически – \log , \ln), без да влагат субективизъм. Като правило се забелязва, че задължително в избора на променливи се включват такива от модели, плод на предходни публикации. След това, чрез способите на статистическо класифициране, се прави селекция така, че да се отдели един малък брой променливи тези, които са най-отличаващи двете групи предприятия (например: 1 - Beaver (1966) и 20 - Calia и Ganugi (1997)). Rose и Giroux (1984) са установили над 130 такива. **(4) Оценка качеството на направените прогнози.** След като извадката е съставена, се установява статистическа връзка между принадлежността на предприятията към едно от двете дихотомни състояния и обяснителните променливи. Това се извършва с различни техники за статистическа класификация. Качеството на прогнозата на така разработения индикатор за риск следва да бъде измерен и в различните проучвания се среща под понятието „метод за валидиране на резултатите“.

Всички изследователи дават преценка за ефективността на тех-

ния индикатор, чрез една обща мярка: процентът на правилно класифицираните предприятия в следствие употреба на индикатора за риск. Тук се забелязват два измерителя: **(4.1)** Процентът на вярно класифицираните „действащи“ предприятия-делът на „действащите“ предприятия с потвърдена квалификация чрез индикатора за риск в общия размер на всички предприятия, считани за „действащи“; **(4.2)** Среден процент на правилно класифицираните (цялостна мярка), изчислен от съответните ефекти на правилно, неправилно класифицираните случаи в дихотомните подгрупи на претеглена база или среден процент на правилно класифицираните - изчислен от съответните ефекти на правилно класифицираните случаи в дихотомните подгрупи.

Разминаванията в изследванията са логични, предвид различията в изграждането на извадката, използвана за изчисляване размера на правилно класифицираните, наречена още валидираща извадка. Изследователите, които разполагат с по-голяма база от данни за предприятия, измерват успеваемостта на индикатора за риск, както върху извадката, от която е изведен индикатора, така и върху друга (независима, външна) извадка – външно валидиране.

Други изследвания използват като валидираща извадка, извадката, от която е изведен индикаторът за риск. Така изведеният процент за успеваемост на модела е твърде субективен и дескредитира качеството на прогнозата от него при условията на външна валидираща извадка. За действителен процент на успеваемост на индикатора за риск е приет показателя, изведен от външна валидираща извадка – само този процент дава напълно реална оценка за качеството на индикатора за риск.

Сравнимост на ефективността на различни индикатори за риск е уместно да се прави с повишено внимание, тъй като равнището на процента за успеваемост при различните модели е в пряка зависимост от начина на валидиране избран от неговият автор. Въпреки това и трите цитирани подхода за валидиране (на база извадката от която е изведен индикатора за риск, на база външна извадка или чрез Jack – Knife и Bootstrap) служат не само за установяване на

неговата ефективност, но и за извеждане на доверителен интервал от тази средна стойност.

Използвана литература

1. TAMARI, M. (1964) "Financial Ratios as a Means of Forecasting Bankruptcy", Economic Review, Bank of Israel, Jerusalem.
2. ALTMAN, E.I., LORIS B. (1976) "A financial early warning system for the over-the-counter broker-dealers", Journal of Finance, vol.31, pp. 1201-1217.
3. TOFFLER, R. J. (1982) "Forecasting Company Failure in the UK using Discriminant Analysis and Financial Ratio Data", Journal of Royal Statistical Society, Series A, vol.145, Part 3, pp. 342-358.
4. ALTMAN, E.I. (1968) "Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Predictions of Corporate Bankruptcy", Journal of Finance, vol. 23, № 4, pp. 589-609.
4. CALIA, P., Ganugi P. (1997) "Kernel and nearest neighbour discriminant analysis: Business failure classification in industrial district", Applied Stochastic Models and Data Analysis, Colloque Capon 1997.
6. PLATT, H.D., Platt M.B. (1991) "A note on the use of industry-relative ratios in bankruptcy prediction", Journal of Banking and Finance, vol. 15, pp. 1183-1194.
7. MALECOT, J. F. (1986) "Sait-on vraiment provior les defaillances d'etrepnses ?", Economies et Societes, vol. 20, № 12, decembre, pp. 55-82.
8. BARDOS, M., ZHU W.H. (1997) "Comparaison de l'analyse discriminante lineaire et des reseaux de neurones. Application à la detection de defaillance d'entreprises ", Revue Statistique Appliquee, vol. XLV, № 4, pp. 65-92.
9. BEAVER, W. (1966) "Financial Ratios as Predictors of Failure", Empirical Research in Accounting: Selected Studies, Journal of Accounting Research, supplement vol. 4, pp. 71-111.
10. ROSE, P.S., GIROUX G.A. (1984) "Predicting Corporate Bankruptcy: An Analytical and Empirical Evaluation", Review of Business and Economic Reserch, vol. XIX, № 2, pp. 1-12.

CROWDFUNDING FOR CULTURE: CASE-STUDY BULGARIA

Nevena Dobrev
University of Economics – Varna
dobrev.nevena@gmail.com

Abstract. Crowdfunding is a new phenomenon, which has increased its popularity in the last two decades. Emerging crowdfunding platforms represent an alternative to bank loans, venture investors and state funding programs in the field of culture. As a result, cultural managers and entrepreneurs have become more flexible in the fundraising activities. The paper explores the characteristics, challenges and barriers of the Bulgarian crowdfunding campaigns in the field of culture and the arts.

Keywords: *crowdfunding, cultural entrepreneurship*

Introduction

Cultural and creative entrepreneurs have turned to the opportunity to search funding from Internet users. Crowdfunding has become a popular method not only for ensuring the funding of cultural products, but for creating a fandom for those products. The projects, which can be found in crowdfunding platforms, are varied in their objectives and scope. They range from small art projects to large-scale entrepreneurial initiatives. Ordinary people are stimulated to invest small amounts to support various cultural projects through the Internet and to engage in production process of cultural goods by sharing their opinions and ideas. The paper determines the characteristics, challenges and barriers of crowdfunding campaigns, conducted by cultural entrepreneurs in Bulgaria.

Material and methods

The empirical research methods include virtual ethnography and questionnaires. It is based on a small sample of 103 participants, mainly cultural entrepreneurs and managers. The questionnaires aim to determine the readiness of cultural entrepreneurs to use this novel approach for

fundraising. The research is supplemented by online investigation on existing campaigns of Bulgarian cultural entrepreneurs in Kickstarter – 75 projects were examined. The research gives needed data to identify the existing barriers to the success of crowdfunding campaigns, launched by Bulgarian entrepreneurs.

Results and discussion

One of the most comprehensive definitions of the crowdfunding phenomenon is proposed by Armin Schwienbacher: ‘Crowdfunding involves an open call, mostly through the Internet, for the provision of financial resources either in the form of donation or in exchange for the future product or some form of reward to support initiatives for specific purposes’ (Belleflamme et.al., 2014, p.588). This method proves to be extremely productive in terms of verification of demand during the product development. It is also used for marketing objectives through creating of interest in the product at the early stage of its development.

During 2012 the platforms for crowdfunding gained 2.7 billion dollars and funded more than 1 million campaigns on global scale. Only in Europe in 2014 there were more than 600 active crowdfunding platforms, which raised 2,957 million euro. In 2015 the European Commission made a step forward by publishing *Guide on Crowdfunding* as a tool for financing new and small businesses.

The research on crowdfunding determines at least three basic models. The patronage model, which is suitable for arts and humanitarian projects, places the users in the position of philanthropists who do not expect direct returns on their donations. This model is used by the so-called civic crowdfunding, in which users fund public significant initiatives such as improving the urban environment.

The lending model in crowdfunding considers received finance as loans, which will be refunded after the completion of the project. This model also contains an element of patronage, because people are more interested in the social impact of the project rather than the refund of their contributions. The lending model can be considered as an alternative to bank loans. The advantages are the flexibility in forming the interest rate

and the minimum amount of loans.

The most popular method among cultural and creative entrepreneurs is reward-based crowdfunding. This model suggests different types of rewards depending on given contribution. Rewards are generally commensurate with the received amount. They include ‘thank you’ letters, unique products and services or pre-sale of produced products.

Cultural entrepreneurs prefer reward-based crowdfunding, because the financial amounts do not return in the form of money, but products and services. This model gives space for building future audiences and it is promising for innovative projects and products. Another stimulus is the option of creating a cluster of products. A crowdfunding campaign for a movie may offer rewards as music CDs, posters and mentioning the names of contributors in producer credits. In addition to crowdfunding platforms social networks are important tools for communicating the campaign. Thus, entrepreneurs circumvent banks, venture capitalists, business angels and public funding.

When starting a new campaign, entrepreneurs are encouraged to give as much information as possible about themselves, project ideas and even publish a video card. In reward-based crowdfunding the entrepreneur describes the rewards to the amounts earmarked for the project. During the campaign, he/she must be constantly active and publish updates about his/her work and creative process. On this stage the users may give their suggestions for product improvement.

The specific conditions set by each platform determine at least two forms of collecting the contributions. During the period of the campaign if the goal is reached, contributions are paid to the project owner and the platform takes percentage as a fee. If the goal is not reached, there are two options – money is returned to contributors or the entrepreneur takes the smaller amount. Many researchers of crowdfunding (Mollick, 2014; Belleflamme, et.al., 2014) show that successful campaigns are usually smaller projects in comparison to bigger ones. The thoughtful preparation of the campaign, the geographic location and social goals of the project are associated with better chance for success. In that sense, crowdfunding campaigns need time and effort to give satisfactory results.

Cultural and creative entrepreneurs in Bulgaria are familiar with crowdfunding platforms. The conducted research shows that 19,4% of them have used the most popular platforms – Indiegogo and Kickstarter – for their initiatives. Although the participation in such platforms is connected to the dedication of significant human and time resources, respondents state that at the moment crowdfunding platforms are the best way to circumvent investors. However, the initial launch of a campaign in the crowdfunding platforms – registering, describing the project concept and creating a video card – is not enough to guarantee the entrepreneur’s success. Cultural entrepreneurs must build complete marketing strategy, which includes not only the channels for getting financial resources, but also all advertising and promotional activities until the launch of the product on the market. On the other hand, reward-based crowdfunding campaign is a preposition for the development of a business model, based on a cluster of products, and creating a community of fans in the initial stage of the entrepreneurial initiative.

The online research of Bulgarian crowdfunding campaigns in Kickstarter shows that there are three main groups of projects in accordance to the sector – 52 art projects (film, video game, publishing, music, photography, crafts), 12 projects in product design and 11 projects, dedicated to creative products as tabletop games and software. More than 70% of the campaigns are launched by Bulgarian entrepreneurs based in the capital – Sofia. For the last 7 years, Bulgarian entrepreneurs have engaged 16 925 contributors who have given more than 1 411 317 euro. However, only 32% of all campaigns have reached their goals. More than 70% of the campaigns are reward-based, nearly 30% of entrepreneurs rely on pre-sales of their main products, especially for product design projects.

The data show that Bulgarian entrepreneurs can initiate reasonable campaigns in Kickstarter but it is difficult for them to reach their own financial goal. In this sense, some of them must return the funds to contributors, which turns the project into a failure. The main barriers to Bulgarian cultural entrepreneurs are related to the unpopularity of Bulgaria as a destination for innovation and entrepreneurship, the lack of marketing strategy and the unattractive or poor description of the project ideas.

Many campaigns of Bulgarian cultural entrepreneurs fail in collecting the needed funds. Respondents explain that trend with the difficulties to attract new backers. They usually reach a certain amount of money and then the campaign stops engaging new contributors. The reasons are connected to the fact that in the beginning the entrepreneur's campaign is new and more visible in the platform, and over time it goes to the back pages of the platform. Many entrepreneurs are asked to invest in promotion of the campaign by marketing companies. However, the crowdfunding campaign may be fruitful financial resource for entrepreneurs, only if they create overall marketing strategy and invest enough human and time resources.

Conclusion

In Bulgaria, cultural entrepreneurs use crowdfunding platforms with mixed success. Main challenges are creating comprehensive marketing strategies for promoting the campaigns and constantly engaging contributors. Entrepreneurs may overcome these barriers by using different online tools for promoting their products – social networks, digital marketing, paid advertisings. Another way to ensure the success of their innovative and high-risk projects is combining different fundraising approaches as public funding schemes and private donations.

The development of crowdfunding platforms in the field of culture and the arts has the potential to change the cultural and creative sector and restructure value chains, in which entrepreneurs operate. The new trends in funding of cultural products lead to growing democratization of cultural patronage. The networking principle that acts in crowdfunding platforms leads to the opportunity more entrepreneurs with an innovative and high-risk project to find their audience and connect with each other.

References

1. BELLEFLAMME, P. et.al. (2014) Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. *Journal of Business Venturing*. 29 (5). p. 585-609.
2. MOLLICK, E. (2014) The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*. 29 (1). p. 1-16.

ПРИЛОЖЕНИЕ НА СИТУАЦИОННИЯ ПОДХОД ПРИ УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИЯ ФАКТОР В ОРГАНИЗАЦИЯТА

Снежина Иванова

Стопанска академия „Димитър Апостолов Ценов“ – Свищов
snzah@abv.bg

Abstract: Management is a sophisticated activity. The results from the same managerial acts in different situations can vary. There cannot be outlined definitive instructions for “the best” approach, universal method or managing technique, which may allow the leader “the best” solution of the leadership tasks in every situation. Though, each particular situation is unique on its own.

Situational management approach in organizations requires the leadership’s ability to take into consideration the exact circumstances with all the situations, which arise there, developing type of leadership thinking and allowing the leaders to find the best methods and adapt them to the current event. As well as giving directions for particular requirements reorganization, defining how to carry out the changes most rationally and without any efforts and how to create and develop the adaptation managerial potential.

Keywords: *situational management, management of human resource.*

Въведение

Ситуацията е съчетание на конкретни условия и обстоятелства, създаващи определена обстановка, в която възниква проблем. При оценката и решаването на най-важните управленски проблеми мениджърът се ръководи от основни теоретико-методологически принципи, обединени в управленски подход. С еволюцията на управленската наука подходи като механицизмът, редуccionизмът, елементаризмът се изместват от системния подход. Последният от-

чита връзките между отделните компоненти на системата и взаимовръзваността ѝ с вътрешната и външната околна среда. Ситуационният подход разширява практическото приложение на системната теория, като акцентира на характера на връзките между компонентите на системата и вътрешноорганизационните се разглеждат като реакция на организацията на изменения във средата. Това се постига чрез формиране и развитие на адаптационен потенциал на управлението. (Андреева, 2011, с. 3-10).

Редица автори (Андреева, Армстронг, Бондар, Маршев, Василенко) постулират, че ситуационният подход не дава дефинитивни предписания за универсален способ на управление - "най-добрия начин", позволяващ "най-добро" решаване на управленските задачи при всяка ситуация. Той изгражда стил на "ситуационно мислене".

Материали и методи

Свидетели сме на динамични промени от световен, национален и регионален характер. Нараства ролята на човешкия ресурс, като фактор с ключово значение за съществуването, работата и конкурентоспособността на стопанските обекти от всички отрасли на икономиката. За постигането на поставените цели е необходима управленска дейност. "Управлението на човешките ресурси" се утвърждава като понятие в научната терминология в 80-те години на XX в. и най-общо е "цялостен стратегически подход за управление на най-ценния актив на организацията: работещите в нея хора..." (Армстронг, 2012, с. 35). Мениджърите в практиката установяват, че методите, техниките и предписанията за управление, предложени от различни школи, не действат при всяка реална ситуация. През 1964 г. Американската Академия по Мениджмънт на своя конференция приема резолюция за необходимостта да се създаде единна теория за управление, която да може да обяснява явленията, наблюдавани в управленската практика, да съгласува и систематизира разнообразните и нерядко противоречиви управленски концепции. Обединяващата концепция създадена през 1971 г. с автор Робърт Моклер била нарече нова ситуационна теория за управление. (Андреева, 2011, с.

3) Значимостта на ситуационния подход се състои не само в подбуждане на мениджъра да действа адаптивно, а по-скоро в стремежа да се построи теоретически модел на организацията, в който външните обстоятелства ясно да определят набор от контекстуални промени, а на основа на емпирични данни да могат да бъдат установени във вероятностна форма взаимозависимостите на тези промени и главните вътрешни характеристики на организацията. (Маршев, 2005, с. 521-534).

Централен момент при ситуационният подход е ситуацията - конкретен сбор от обстоятелства, влияещи на организацията в точно определено време. Василенко и Шостка (2003, с.21-22), както и други автори не отричат концепциите на предходните школи в управлението, а разглеждат възможности за прилагането на специфичните методи към конкретните ситуации и условия. Ситуационният подход предлага формиране на съответен тип управленско мислене, което учи ръководителите сами да търсят такива методи и да ги адаптират към конкретната ситуация. В набора на прийоми на ефективния мениджмънт към "системното мислене" се включва и "ситуационно мислене" (Подлесных В, 2016).

Ситуационното управление според Андреева (2009) най-общо има следните характерни черти:

1. Философията му се формира от "школата на непредвидените ситуации", т.е. мениджърите определят конкретния подход за конкретната ситуация.

2. Андреева (2009) и др. визират взаимоотношенията между организацията и нейната среда - външна и вътрешна, познаване и съобразяване с компонентите им в различните етапи от тяхното развитие и комплексно действие "способността да се обучават бързо и непрекъснато и да реагират на новите стратегически задачи бързо и адекватно" (Армстронг, 2012, с. 42).

3. Фактор за справянето със ситуацията е миналият опит на мениджъра и познаването опита на другите фирми.

4. Ситуационното управление използва методи и прийоми от предходните школи, а не една универсална техника при всяка ситуация.

5. Ефективността на управленските практики варира в зависимост от ситуацията. Задачата на мениджърите е да определят кои са значимите променливи на ситуацията и как те влияят върху ефективността на организацията. Подчертава се ролята на концептуалните и диагностичните умения, проучването, наблюдението и анализа на проблема, като с най-голяма стойност са диагностичните способности на ръководителите.

6. Анализирайки литературата по проблематиката бихме обобщили следните стъпки за действие в конкретна ситуация: *познаване на средствата на професионалното управление, с доказана ефективност, силните и слабите страни на методиките и управленските концепции; *реалистична интерпретация на ситуацията, диагностициране положението в което се намира конкретната ситуация - определяне на най-важните променливи, които ѝ влияят в тяхната взаимовръзка и вероятния ефект от изменението им; *сравнителна характеристика на управленските концепции спрямо конкретната ситуация; (Андреева, 2011, с. 27); *използване на най-подходящ метод, или методи с най-малки отрицателен ефект и недостатъци (Подлесных, 2016).

Резултати и обсъждане

Разглеждайки хронологично развитието на ситуационната теория за управление (Бондар, 2012, с.24-25) можем да обобщим, че:

1. Ситуационният подход обобщава всичко положително, натрупано от другите подходи на управление.

2. Предлага подход, методи и стратегии и предоставя ориентири за действие, които не могат да бъдат директивни в смисъл на твърдение, което трябва да бъде направено, а е концепция, стил на мислене.

3. Ситуационната теория отчита необходимостта да се достигне съответствие между това, което организацията представлява и иска да бъде - нейната стратегия, култура, цели, технологии, хора които наема, външна окръжаваща среда и онова, което организацията прави - каква е нейната структура, процеси, процедури и методи, които тя прилага.

4. Диапазонът на факторите, влияещи върху динамиката на ситуацията и значителните колебания в процедурите за управление на човешки ресурси в различните организации показва, че не съществува понятие като "универсално управление на човешките ресурси".

Заклучение

Централен момент в ситуационното управление е ситуацията. Ситуационното управление се основава на твърдението, че пригодността на различните управленски методи се определя от ситуацията. При съществуващото многообразие от фактори влияещи върху дейността на организацията, не съществува един "най-добър" способ за управление. Най-ефективен метод в конкретната ситуация е този "който и съответства" в най-голяма степен. Успехът при решаване на проблем или постигане на предварително поставени цели зависи от максимално точното определяне на значимите фактори или променливи влияещи на организацията и оценката на ситуацията.

Използвана литература

1. АНДРЕЕВА, М. (2011) Ситуационен подход и ситуационно управление. *Русе: А. Груп.*
2. АНДРЕЕВА, М. (2009) Ситуационният мениджмънт - фактор за устойчивост в условията на криза. *сп. Управление и устойчиво развитие, С., Лесотехнически университет*, бр. 3-4, с. 25-29, http://oldweb.ltu.bg/jmsd/index_bg.html, (последен достъп 06/04/2017).
3. АРМСТРОНГ, М., (2012) Практика управления человеческими ресурсами. Санкт-Петербург: Питер.
4. БОНДАР, О., (2012) Ситуацийний менеджмент. Киев: "ЦУЛ".
5. ВАСИЛЕНКО, В., ШОСТКА, В. (2003) Ситуационный менеджмент. Симферополь: ЦУЛ, с. 21-22.
6. МАРШЕВ, В.(2005) История управленческой мысли. М., Инфйра, с.731. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/history_manager/index.php (последен достъп 20.04.2017)
7. ПОДЛЕСНЫХ, В. (2016) Электронный учебник "Менеджмент". СПбГУ ИТМО. http://de.ifmo.ru/bk_netra/page.php?dir=2&tutindex=3&index=16&layer=2, (последен достъп 20.04.2017)

ПРИЛАГАНЕ НА СОЦИАЛНО ОТГОВОРНИ ПРАКТИКИ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА РЕПУТАЦИЯТА НА БИЗНЕС ОРГАНИЗАЦИИТЕ

Жана Генова

Икономически университет – Варна

jana.genova@ue-varna.bg

Abstract The purpose of this study is to investigate and analyze the publications researching the relationship between social responsibility and reputation. The systematic study of the existing research literature on theoretical and empirical aspects of social responsibility makes it possible to outline the business practices and their influence on corporate image. Such literature review is a sound foundation for the following study on “social responsible business and increasing reputation” through company annual reports. The analysis of the scientific research on social responsibility determines the trends in social responsible business practices and their effects on consumers and social image. The aim of this study is to enrich the scientific information about social responsibility, corporate image and reputation.

Keywords: *social responsibility, social responsible business, reputation, corporate image, business practices*

Въведение

Настоящото изследване представя систематичен преглед на специализираната литературата, анализираща възможностите за повишаване на репутацията като резултат от прилагането на социално отговорни практики. Въз основа на този преглед, извеждаме обобщения и препоръки, обхващащи темата социално отговорен бизнес и репутация, с което ще се очертаят бъдещи насоки в научните изследвания.

Социалната отговорност е концепция, която е заложена в бизне-

са на много компании у нас и по света, чрез нея се интегрират както социалните ангажименти, така и грижата за околната среда, подобряването на условията за труд и реализация, подпомагане на дейности в обществен интерес. Всичко това е развито в контекста на трите стълба на устойчиво развитие – икономически растеж, социална справедливост и екологични каузи.

Целта на настоящето изследване е да се проучат и анализират публикациите, посветени на изучаване на връзката между социална отговорност (СО) и репутация на организациите в бизнеса. В научния обзор се извеждат съвременните тенденции в изследване на социално отговорните практики и влиянието им върху потребителите и обществения имидж на компаниите. В тази връзка се очертават два аспекта при интерпретирането им – единият, основан на потребителската оценка за тях, а другият на бизнес резултатите, отразени във фирмените социални отчети. В изследваните публикации връзката между прилагането на социално отговорни практики и фирмената репутация най-често се разглежда в контекста на изследване на фирмения потенциал за развитие в общата икономическа теория и в теоретичните концепции, свързани с бранд, имидж и теория на заинтересованите страни.

Материали и методи

Проучени са публикации в чужди и български издания от последните 10 години, където акцент е връзката между социалната отговорност на бизнеса и изграждане на положителна репутация на компаниите. Чрез критичен анализ на публикациите се прави контент анализ, който има за цел да докаже определени хипотези:

1. Социално отговорните бизнес практики представят баланса между интересите на компаниите и тези на всички заинтересовани страни.
2. Корпоративният имидж и репутацията на компаниите се влияе от социално отговорните им политики и практики.

С появата и развитието на концепцията за социална отговорност и подписване на Глобалния договор на ООН (1999) се бележи зна-

чима стъпка в отношенията бизнес и общество, а това от своя страна повлиява и на маркетинга, имиджа и репутацията на компаниите. Това се вижда ясно от появата на термини като „социален маркетинг”, „социално отговорен маркетинг” и още други. Темата за социалния маркетинг е един от компонентите на социалната отговорност, който спомага за повишаване устойчивото и конкурентно развитие на бизнеса. Все повече европейски компании приемат идеята за социалната отговорност като по този начин се стремят да докажат, че са активна част от бързо развиващия се свят със социални и еко каузи в подкрепа на обществото. Това улеснява отношенията на бизнеса с много институции и обществени организации, повишава качеството и спомага за изграждане на един по-дълготраен положителен образ в обществото. Ключов момент в еволюцията на концепцията за социална отговорност е преминаването от подхода „изпълнение на задължение” към философията „бизнес стратегия”. Като особено активен в теоретичен аспект по тази проблематика е периода 2002-2007, когато учените М. Портър и М. Крамър поставят нови теоретични хипотези за социалната отговорност, акцентирайки на бизнес принципите и споделените ценности със средата, коментира в свое проучване Николова (2016). По същото време и в рамките на този теоретичен дебат други изследователи – Котлър и Н. Лий анализират социалната отговорност като концентриране в социални програми и инициативи, които са дългосрочни инвестиции. В своето фундаментално изследване „Корпоративна социална отговорност най-доброто за вашата компания и вашата кауза“ (2005), споменатите по-горе автори определят понятието социална отговорност като дейностите, предприемани от компаниите, за да подкрепят обществено значими каузи (Николова, 2016, с. 100).

В специализираната литература има различни дефиниции за социална отговорност. Една от тях представлява многоаспектно понятието е тази на американския икономист Боуен (1953), който пише следното *„задълженията на бизнесмените да следват такива политики, да вземат такива решения, да се придържат към такива линии на поведение, които отговарят на очакванията и ценности-*

те на нашето общество”, (Серафимова. Д., 2009, с. 14).

Освен горепосочената дефиниция за целите на нашата разработка е полезно да представим и разбиранията на Еврипейската комисия за социална отговорност. Там отговорността на организациите е описана като влиянието, което те имат в обществото, а през 2011–та година комисия допълва смисъла на социалната отговорност, добавяйки й основни цели максимизиране на създаването на споделена стойност и минимизиране на неблагоприятните влияния на бизнес дейностите (Кирина, 2012, с. 187). Ние изследваме именно възможностите чрез социална отговорност да се създава споделена стойност и да се изгражда положителен фирмен имидж и репутация.

Изследвайки ролята на социално отговорните практики в изграждането на имидж в настоящата разработка е необходимо да се дефинират понятията имидж, репутация, доверие. Имиджът бихме могли да приемем за допълнителна психологическа стойност, съвкупност от положителните и отрицателните оценки на клиентите за дадена фирма или продукти (Докова, 2008, с. 96). Имиджът е съвкупност както от цялостните очаквания и норми на обществото, така и от индивидуалната преценка на клиента, и е пряко свързан с общественото мнение, нагласите, стереотипите.

За целите на настоящата разработка ще се придържаме към следното понятие за имидж: публичен образ, който битува в обществото, сред клиентите и потребителите и с който се свързва определена организация, според определението на Петровски (2015). В теоретичен аспект категорията имидж има различни тълкувания и интерпретации, по-долу споменавам някои от тях.

Един от аспектите на интерпретация на социалната отговорност, особено през последните десет години е разглеждането на социалната отговорност като фактов за създаване на положителен корпоративен имидж, осигурявайки конкурентно предимство и възможност за различаване на фирмата, чрез изграждане на добра репутация и индивидуален облик, пишат в своя публикация авторите Virvilaite., R. , Daubaraitė. U (2011).

Тази тематика се изследва дори и в счетоводната теория, която борава с понятията социална отговорност и изграждане на имидж. Отговорността по отношение на счетоводната отчетност е резултат от правните норми и се отнася до корпоративното управление, отговорност за изготвянето на финансовите отчети, и одиторите относно правилната им проверка. Етичната отговорност в счетоводството, от друга страна, обхваща поведението, представено от счетоводителите и одиторите, както и от други служители на счетоводните отдели. Има се предвид спазването на кодекса на професионалната етика, който в случая на счетоводната професия предвижда приемане на отговорността за действие в съответствие с обществен интерес.

Концепцията за социално отговорно бизнес поведение и теорията за заинтересованите страни значително повлияват върху потреблението и разпространението на различни социално отговорни практики от световно известни организации. Социалната отчетност е важен елемент от изграждането на положителен имидж, защото тя показва сериозното отношение към поетите социални ангажменти и освен това е обратната връзка в дейностите с другите заинтересовани страни за бизнеса.

Фирменият имидж представлява един от нематериалните ресурси, които имат решаващо въздействие върху постигането на конкурентно предимство, според теза на Bednarska-Olejniczak D. (2016). Той е уникален за всяка организация като източник на бъдещи ползи. Също е и взаимно свързан с други нематериални ресурси (например идентичност, марка, репутация, отношения с клиенти/заинтересовани страни, служители). Имиджът и репутацията се определят от икономическото и социалното измерение на извършените операции.

Терминът „имидж” се отнася до дизайн, прототип, отражение, визия. Имиджът е обществено възприемане на човек или субект, който представя положителното си впечатление и цели да спечели социално одобрение за ежедневните си операции и за спечелване на заинтересованите страни (Altkorn 2004, p. 14), цитира в своето изследване по темата Bednarska-Olejniczak D. (2016).

Фирменият имидж е субективно понятие. Изграждането на образ в съзнанието на заинтересованите страни за дадена организация оказва влияние върху позициониране ѝ спрямо конкурентите. Ако използваме изкуството например, там имиджът има своите три нива – изображение, интерпретация и фикция.

Keller (1993) разглежда корпоративния имидж в смисъла на общественото приемане на марката, бранда, отразявайки осведомеността и асоциациите, формирани в съзнанието на потребителите. Трябва да се отбележи, че имиджа на марката е пряк резултат от стратегиите и дейностите за изграждане на идентичност. В тази връзка анализ на докладите за класирането на социално отговорните фирми за периода 2011-2014 показва, че финансовите институции например, все повече се стремят да оповестяват своите социално отговорни практики. Типичен пример за това е Корпоративната класификация на банките в Полша за периода 2014, според заключенията в анализа на Bednarska-Olejniczak D. (2016).

Имиджът и доверието към бизнес организациите е актуален за анализ проблем както в научната литература, така и все по-значим по своята същност аспект от потребителска и управленска гледна точка. Като интересен пример, характеризиращ ясно връзката имидж-социална отговорност може да се даде хотелиерската индустрия в Латинска Америка, където туризмът е един от най-силно развиващите се сектори. Изследователи като Cretu and Brodie, (2007) или Lynch and Chernatony (2004) показват, че емоционалната привързаност на клиента към бранда и лоялността биха могли да бъдат по-силни дори от фактори като качество или цена на продукта. Нагласите, отношението към марките се формират от емоционална и когнитивна гледна точка Fournier (1998) и Lacombe (2000) са част от изводите, които правят по темата и авторите Klabi. F., Debabi. M. (2011). Марката се изгражда и влияе на потребителите чрез система от възприятия, произтичаща от пряк или косвен контакт (Plummer, 1985). Като пример за потребители с преки впечатления можем да посочим типичните потребители на някои модели автомобили, персоналът на компанията, лидерите (напр. Стив Джобс за Apple) и хо-

рата, които приемат или препоръчват продукта (напр. Спортисти за Nike) Aaker, (1997). Непрекият контакт се създава чрез набор от характеристики за марката: символ или лого, име, рекламен стил, атрибути, свързани с разпространението.

Испански автори изследват обвързването на повишения имидж и репутация на организацията с добрите социално отговорни практики и потребителската лоялност. Те са видяни като предпоставка за развитието на хотелиерския бизнес в Испания в анализите на авторите Martínez. P., Pérez. A., Rodríguez del Bosque. I. (2014), които посочват, че ако в САЩ 70 % от хотелиерският сектор използва бранда си и изгражда положителен имидж, което пряко влияе на бизнеса, то в Европа все още лоялността към марката и формирането на положителен бранд са под 25 %, специално за хотелиерството.

Цитираните автори Kayaman. R., Arasli. H. (2007) в своето изследването относно обвързването на положителния имидж на хотелите с тяхното социално отговорно поведение се ограничават главно в опазване на околната среда и добрите социални услуги и условия за работа на служителите. Ние считаме, че с това не се изчерпват всички възможни социално отговорни практики, но споменатите автори изследват туристическия сектор и акцентират върху зависимостта на хотелите и техните имидж и мениджърските познания за социално отговорен бизнес. В Латинска Америка и Испания, хотелиерския бранш е сред водещите индустрии, за мнозинството потребители репутацията на хотела е по-важна дори от икономически стойности като цена. Част от тази репутация според изследването е дело на добри рекламни кампании и една не малка част е създадена от социалния облик, който една марка (хотел) има като имидж, чрез предлаганите пакет от услуги и най-вече чрез отношението и условията на работа за персонала. Анализираният момент резултати, получени от изследването на испанските автори са добра основа при формиране на методическите насоки на настоящата разработка.

Други автори проучват в друг контекст лоялността към бранда, разгледана от две различни гледни точки: поведенческа и според нагласите на потребителите Yi и La (2004). В първият случай, лоял-

ността е представена от броя повторни покупки, направени от потребителя в определен период от време, без да се разглеждат причини, поради които се придобива продукта/услугата, както и факторите, които влияят на решението Dick, Vasu (1994). От гледна точка нагласите и лоялността се анализират потребителските предпочитания и намерения Dick, Vasu (1994). Въпреки това, връзката между репутация, имидж и лоялност не е категорична Ziaul и др., (2010), тъй като няколко проучвания не са успели в доказване на пряката зависимост между корпоративния имидж/репутация и лоялността на потребителите Дейвис и Чун, (2002). С оглед на това, Andreassen и Lindestad (1998) твърдят, че в както те ги наричат комплексните (пакетни) услуги или в по-рядко използваните услуги, добрият имидж, а не толкова удовлетвореността на клиента може да бъде основна предпоставка за лоялност към марката, коментират и Regina Virvilaite, Ugne Daubaraitė (2011).

Други учени Де ла Фуенте и Де Кеведо (2003) са извели два начина за определяне на корпоративна репутация и обясняване на значението ѝ чрез термините легитимност и прозрачност. В тяхното изследване фокусът е върху причините, пораждащи необходимостта от по-пълна социална отчетност. Най-общо се има предвид възможността от възникване на информационна асиметрия. Тази теза е аргументирана по подробно от Серафимова (2009), където е посочено, че възниква, когато *„собствениците-акционери не разполагат с цялата информация, която е известна на професионалните мениджъри”*. Причините са в големия обем от информация, професионалният език на предоставените данни, високата цена на информацията и още, с което се създава предпоставка за създаване на неефективен контрол от старна на собствениците, пише и Серафимова (2009).

В доста сложна терминология и научна обосновка учените Де ла Фуенте и Де Кеведо разглеждат репутацията като синтезиран образ от това как компаниите се отнасят към заинтересуваните страни и степента на прозрачност на техните взаимоотношения. Дватама изследователи работят по темата през още през 2003 и борят с термините прозрачност и легитимност, описвайки отношенията биз-

нес и заинтересовани страни.

Резултати и обсъждания

Според редица проучвания от по-близко бъдеще, в периода 2010-2015 година, връзката между репутация и социална отговорност може да се разглежда през призмата на четири теории: поведенска, на стойността, теория за заинтересованите страни и постколониална. Репутацията е начина, по който потребителите възприемат отганизацията, тя определя нейното бъдеще развитие, смятат Martínez, Pérez, Rodríguez del Bosque (2014). За потребителите социалната отговорност е начин да разпознаят компаниите с добра репутация и да ги открийт сред останалите, за да направят своя избор.

Връзката между отчитането на социалната отговорност и репутацията е добре установена и анализирана от Adams, (2008), Bebbington и др, (2008); Unerman, (2008), Michelin, (2011), Осман и др, (2011), Colleoni, (2013). Те подчертават, че един основен елемент в областта на изследванията на социалната отговорност трябва да бъде как компаниите оповестяват за социално отговорните си практики и как това се възприема от заинтересованите страни Coombs и Holladay, (2013), Du и др., (2010). Докато в миналото основната цел на компаниите било да съобщят финансовите си резултати, днес те са изправени пред предизвикателството как по-подходящо да оповестяват своите социално отговорни политики с цел поддържането на по-добра репутация Бауад и Кавана, (2012). Очакваните ползи от отчитане на социалната отговорност на бизнеса включват повишена репутация и финансови резултати, с възможност за привличане на чуждестранни инвеститори и по-голяма удовлетвореност на клиентите и ангажираността на служителите Бауад и Кавана, (2012), този теоретичен синтез по темата правят и Regina Virvilaite, Ugne Daubaraite (2011) в съвременния прочит по темата социална отговорност на бизнеса.

Аспекти в изследване на социално отговорните практики и фирмена репутация в чужбина

Патън, (1992), Deegan (2002), Hoogheimstra (2000), Bebbington и др., (2008), Fama, (1980), Fombrun, (2006), Karasek (2012) се фокусират върху ползите от социалната отговорност чрез оповестенето им в социалните доклади на компаниите, с което те се стремят да се повиши тяхната репутация и да се определи корпоративната идентичност на заинтересованите страни. Във всички тези случаи социалната отчетност допринася за подобряване на репутацията. От друга страна, компаниите, непрекъснато популяризиращи така наречените зелени инициативи водят до увеличаване на обратния ефект наречен „социалния цинизъм”. Не рядко обществеността подхожда скептично към редица социални инициативи, довели от големите фирми. Те се приемат от някои потребители като опит да се прикрият вредите за екологията и обществото с инициативи, които са по-скоро рекама, отколкото реални социални постижения, което е в ущърб на корпоративна репутация Jahdi и Acikdilli, (2009). Добър пример е енергийния сектор в Гърция, където три от водещите компании в бранша (PUBLIC POWER CORPORATION S.A. на 15-то място в Европа; The Public Gas Corporation (DEPA) с капитал от 992 мил. Евро; HELLENIC PETROLEUM Group) представят в своите отчети социалните си ангажименти към обществото и публично оповестяват какви са реалните им постъпки за подобряване на дейността си в полза на обществото. Като само последната компания отделя своите социални дейности в самостоятелен отчет, докато другите са отделили специално внимание на своята социално отговорни политики, но в цялостния финансов отчет, който компаниите оповестяват в публичното пространство пишат в анализа си по тази тема Metaxas. T., Tsavdaridou. M. (2012).

Авторите Теодоре Метаксас и Мария Савдаридоу правят съвременен контент анализ на представителна извадка на Сектор Енергетика в Гърция, с трите водещи компании. Социалните им инициативи са свързани главно с опазване на околната среда. Въпросните компании, чиято дейност е съпътствана с доста замърсяване са пред-

приели множество мерки, с които да оповестят пред обществеността, че работят максимално адекватно по защита на околната среда и в крак с всички модерни тенденции за екосъобразност. Само една от компаниите (HELLENIC PETROLEUM Group) е предприела конкретни политики с въвеждане на стандарти и внедряването на нови технологии в работата си. Сред основните социално отговорни политики на компаниите са: грижата за служителите и постоянното подобряване на социалните, и трудовите условия. И трите компани оповестяват публично в отчети инициативите си, свързани с култура, социални дейности и спорт, които са с обществено значение, както и своите спонсорства и благотворителни каузи.

Заклученията на авторите са, че социалните отговорности и политики на описаните гръцки компании водят до подобряване на техния обществен облик и репутация, макар да са в бранш, който се счита за един от тези, които сериозно вредят на природната среда.

От средата на 2000 г. изследователите се интересуват все повече от социална отговорност (СО) в спортния контекст (С). Няколко автори са изследвали специфичните аспекти на С-СО Babiak & Wolfe, (2006), (2009), Bradish & Cronin, (2009), Godfrey, (2009), Kihl, Babiak, & Tainsky, Westerbeek, (2007). Организации и техните заинтересовани страни все повече разбират и оценяват активите, които спортът може да предложи по отношение на повишване на влиянието и репутацията пред обществото.

Спортното спонсорство представлява връзка между спонсор и спортен обект от взаимна полза Farrelly & Quester, (2005). Отдавна е доказано, че една от основните цели на спонсорството е положителния ефект върху имиджа на спонсорите, който се постига чрез прехвърляне на положителен образ, в случая на спорта Javalgi, Traylor, Gross & Lampman (1994), Abreu Novais & Arcodia, (2013).

Социалната отговорност се превърща в широко разпространено средство за управление на репутацията на компаниите и на имиджа на бранда Werther & Chandler, (2005). В този контекст спортните организации се разглеждат като средство за разгръщане на социалната отговорност Smith & Westerbeek, (2007), Walters, (2009). Според

Смит и Уестербек (2007) спортът има някои характеристики, които могат да бъдат ефективно използвани за изграждане на добър и социално отговорен имидж на бизнеса като привличането на млади хора, положителното въздействие върху здравето, социалното взаимодействие на различни заинтересовани страни и културната интеграция са заключенията, направени в публикация на авторите Djaballah. M., Hautbois. Ch., Desbordes. M. (2017).

Докато спонсорите могат да използват връзката C-CO, за да подобрят своя имидж Waller & Conaway, (2011), то спорта и неговите представители се сблъскват с други противоречащи на социалната отговорност проблеми като допинг скандали, насилие, корупция и въздействие върху околната среда. Това пряко се отразява и върху имиджа на спонсорите, а в други случаи влияние оказват и други заинтересовани страни – икономически, политически влияния, например критиките, по време на домакинството на олимпийските игри през 2014 г. в Сочи, Van Detta (2014). Въпреки това, партньорствата между C-CO често могат да се наблюдават, но в литературата тази връзка C-CO все още е недостатъчно изследвана в контекста на социалната отговорност.

Социалната отговорност не е просто самоцел, тя все по-често носи и забележими предимства на компаниите, които я залагат в своята фирмена политика според Райков (2003). Така те управляват репутацията и имиджа си като се съобразяват с променящия се свят. Европейски проучвания от последните две десетилетия показват, че над 80 % от потребителите предпочитат да купуват от фирми с добър корпоративен имидж. Отново над 87 % от запитаните служители в компании са по-лоялни към нея, ако тя е социално отговорна, пише Райков (2003).

Аспекти в изследване на социално отговорни практики и фирмена репутация в България

Все по-важно е компанията да бъде представена не единствено като производител на определени стоки или услуги, а най-вече като корпоративен гражданин. Обществото е в правото си да очаква фирмата да бъде един социално отговорен участник коментира в своя

разработка и Райков (2003).

В условията на силна и глобализирана конкуренция една организация може да просперира само, ако е с по-положителен образ, който може да се увеличи чрез добри социално отговорни кампании.

В България теоретично и на практика социалната отговорност е навлязла в бизнеса от скоро, фирмите тепърва започват да прилагат подобни практики в своите бизнес дейности и кампании коментира Кирина, (2013). Добри постижения в тази насока се откриват в компаниите в сферата на услугите, производството и финансите. Почти единодушно, обаче е мнението на представители от бизнеса, че благотворителността и изобщо всякаква социална кампания, засягащи повече заинтересовани страни се прави хаотично и непоследователно, поради което може би са и неефективни често пъти са заключенията и на Кирина (2012).

В контекста на коментираните по-горе текстове и разглеждането на социалната отговорност като възможност за повишаване на имиджа и допълнително предимство в дългосрочен план за компаниите и у нас се правят опити за развитие на социалната отговорност. Българската стратегия за социална отговорност (2009-2013) цели насърчаването на „Социално отговорен бизнес, култура и устойчиво икономическо развитие в дългосрочна перспектива”. Както и в други страни така и в България не е толкова популярна практиката на публикуването на социални отчети отделно от годишните финансови такива. Тази практика в банковия сектор започва със самостоятелните отчети за социална отговорност през 2008 година на две компании: ДСК и Пощенска банка.

През последните години участието на банките в дейности, свързани със социална отговорност (СО), последва стабилна тенденция на развитие. За много банкови институции дейностите от този тип вече не се възприемат като кратковременни, непосредствени тактики, а като важен елемент от стратегическата ориентация на компанията в дългосрочната реализация на конкретни бизнес цели. Изглежда, че една от най-важните причини за включването на стратегиите за СО от страна на банковите институции е техният потенциал за

създаване на конкурентно предимства. Един от начините банките да постигнат предимство на пазара е да се съсредоточат върху изграждането на силна фирмена марка и позитивен имидж.

Сред най-изследваните сектори в България с техните социално отговорни практики са: химическата индустрия, банковия сектор и мобилните оператори на територията на старната ни. В бъдеще нашето изследване ще задълбочи разглеждането на потенциала за изграждане на връзка между социална отговорност и репутация, добър имидж с обект на изследване трите водещи у нас компании предоставящи мобилни услуги на потребителите. Социално отговорните политики в този сектор са много, но не достатъчно анализирани, а научен интерес предизвиква обръзването им с възможността те да повлияят за повишаване на имиджа на компанията у потребителите.

Банките у нас имат повече опит в работата с понятието СО и с участие в социално отговорни инициативи от много други компании в други икономически сектори. И все пак, по мнение на Кирина (2012) повечето от СО политики, възприети и използвани и в маркетинговите стратегии на българските банки за по-добър имидж са пряко повлияни или копирани от политикана на компаниите-майки (зад граница). Доказателство за все още слабото разбиране на значимостта на СО за имиджа на банката е непоследователността и липсата на ясното в изготвянето на социалната им отчетност.

И макар да има критики в това отношение банковия сектор у нас, както и в цялост бизнеса, бележи своя напредък в използването на конценцията за СО бизнес за подобряване на своя имидж. Само можем да споменем, че по инициатива на Българския дарителски форум у нас през 2010 година две банки са сред отличените за социална ангажираност сред множество компании. Това показва активното участие на сектора, въпреки че в по-задълбочен причит се откроява как тълкуването им за СО обхваща предимно благотворителност и спонсорство. Това е далеч по-малко от потенциалните възможности на СО бизнес за създаване на траен и положителен имидж в обществените представи, но е очевидно че се работи в правилната посока.

Заклучение

Организациите не могат да елеминират нарастващите изисквания на обществото по отношение на тяхната морална ангажираност към света обобщава и Райков (2003), така фирмите стават все по-чувствителни и зависими от общественото мнение и цялостния социален контекст, в който те работят.

Значимостта на социалната отговорност в теоретичен и практически аспект личи много и в превръщането ѝ в академична дисциплина и интереса към нея в сферата на образованието днес.

Положителната връзка репутация и социална отговорност видяна в чужди и български научни публикации, и примери от бизнеса доказват значимостта на социалната отговорност за бизнеса и все още новото изследователско поле, засягащо влиянието на социално отговорния имидж с потребителските нагласи и създаването на трайно, устойчив положителен образ и добра репутация на бизнес организациите. Можем да отбележим това като един от най-силните приноси на социалната отговорност за бизнеса. Това предстои да се доказва и практически, а в теоретичен аспект е акцент в последното десетилетие. Тази научна проблематика се допълва с теоретичните обосновки относно споделената стойност. Понятие развиващо социалната отговорност, споделена стойност както пише и Ангелова (2015), цитирайки Крамер и Портър (2011) създава предпоставки за икономически успех, основан на социално отговорен и конкурентно способен бизнес.

В тази споделена стойност заедно участват бизнес, общество, колна среда, с влиянието на държавата. Тази тема предстои да бъде изследвана, а значението на теоретичните постановки е в полза на практиката и е насочена към теоретични обосновки, засягащи бъдещето на бизнес, общество и околна среда, което я прави интересна и актуална.

Използвана литература

1. АНГЕЛОВА, (2015), Ролята на държавата за стимулиране на създаването на споделена стойност (по примера на Република България), сп. Икономическа мисъл (5), с. 136-144.
2. ДОКОВА, С., ЦОНКОВ Н. (2008) Комуникации и връзки с обществеността, София, с. 96, с. 158.
3. КИРИНА, Е. (2012) За корпоративната социална отговорност на банките в България, Сборник с доклади „Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката”, Том 2, ИУ-Варна, с. 187-197.
4. НИКОЛОВА, Н. (2016) Социалният маркетинг: новата философия за отговорността на бизнеса, Сборник с доклади „Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания”, Свищов, с. 97-103.
5. ПЕТРОВСКИ, Ив.(2015) Речник по мениджмънт, с. 94.
6. РАЙКОВ, Зд. (2003) PR – технологията на успеха, София, с. 108, с. 128.
7. СЕРАФИМОВА, Д. (2009) Социалната отговорност на бизнеса и нейното оценяване, Варна, ИК Геа-Принт, с. 14, с. 61.
8. BEDNARSKA-OLEJNICZAK, D. (2016). Corporate social responsibility as part of company image management in banking institutions. Acta Sci. Pol., Oeconomia, 15 (2), pp. 5–14.
9. DJABALLAN, M., HAUTBOIS Ch., Desbordes. M., (2017) Sponsors' CSR strategies in sport: A sensemaking approach of corporations established in France Sport Management Review 20, pp. 211–225.
10. KLABI, F., DEBABI M., (2011), Brand Personality and Emotional Attitudes: The Case of Mobile Telephone Operators, Journal Of Global Marketing Vol. 24 , Iss. 3, pp. 245-262.
11. METAXAS, T., TSAVDARIDOU M. (2012) Corporate social responsibility in Greece: a comparative analysis of the three major energy companies, Management, Vol. 17, 2012, 2, pp. 119-140.
12. PATRICIA, Martínez Andrea Pérez Ignacio Rodríguez del Bosque, (2014), " CSR influence on hotel brand image and loyalty ", Academia Revista Latinoamericana de Administración, Vol. 27 Iss 2 pp. 267 – 283 Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/ARLA-12-2013-0190>
13. KAYAMAN, R, ARASLI H., (2007) "Customer based brand equity: evidence from the hotel industry", Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 17 Issue: 1, pp.92-109, doi: 10.1108/09604520710720692
14. REGINA, Virvilaite, UGNE Daubaraite (2011) Corporate Social Responsibility in Forming Corporate Image, Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics, 22(5), pp. 534-543.

Тематично направление

**„СОЦИАЛНИ
И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ
ПРОБЛЕМИ”**

PRECARIOUSNESS AND ARTISTS: A CASE STUDY (SPAIN)

Jabier Martínez López¹, Arturo Cancio Ferruz²

¹ University of Deusto, Deusto Business School (DBS), Pº de las
Universidades, Bilbao, Bizkaia

jabier.martinez@deusto.es

² University of the Basque Country UPV/EHU, Bº Sarriena s/n

arturo.cancio@ehu.eus

Abstract. Our research focuses on the labour conditions of the artistic sector, based on the surveys the Spanish National Institute of Statistics (Instituto Nacional de Estadística, INE) publishes on a periodical basis which inform about socioeconomic data regarding the type of contracts, economic activity, and earned incomes in the general labour market. We aim to get empirical evidence of an actual precarious artistic life, to demonstrate that the values that characterize the right to lead a life with dignity are substantially lower in the so-called creative industries, than the ones in other professional fields. This work is included in the research labours of Prekariart team at UPV/EHU, financially supported by the Spanish Ministry of Economy and Competitiveness (MINECO) – more specifically from the State I+D+i Programme Oriented to the Challenges of Society, ref. HAR2016-77767-R (AEI/FEDER, UE) – that we gratefully want to acknowledge.

Keywords: *Precariousness, Labour, Artist, Spain*

Introduction

Following Rodgers and Rodgers (1989) or more recently Olsthoorn (2014), it is possible to identify some distinctive traits of precarious labour; 1) insecure employment (e.g. temporal employment); 2) low level of protection (e.g. social protection, protection against unemployment, or

against discrimination); 3) an insufficient income or economic vulnerability; and 4) no individual and collective control over work (working conditions, income, working hours). Besides, in a recent study Pérez and López-Aparicio (2017) demonstrate precariousness characterizes the economic life of most Spanish artists. They state the incomes of 50% of the more than 1000 Spanish artists surveyed are below the minimum wage. They also affirm that less than 15% can live from the earnings they get from their artistic activities, whereas only 3% of the artists consider their economic activity a satisfactory one and the only source of incomes.

Regardless of the accuracy and interest of these findings, this socioeconomic research based on an anonymous online published poll is not the most reliable source of information to obtain objective results. Consequently, our research focuses on labour conditions based on the surveys the Spanish National Institute of Statistics (INE) publishes on a periodical basis, informing about socioeconomic data regarding; the type of contracts, the economic activity, and the earned incomes in the general labour market. We aim to get empirical evidence of an actual precarious artistic life, to demonstrate that the values that characterize the right to lead a life with dignity in the so-called creative industries are substantially lower than the ones in other professional fields.

Material and methods

We obtain the data from the wage structure poll (Encuesta de Estructura Salarial, EES-14), a statistic operation with common methodologic and content criteria within the EU, which was firstly implemented in 1995.

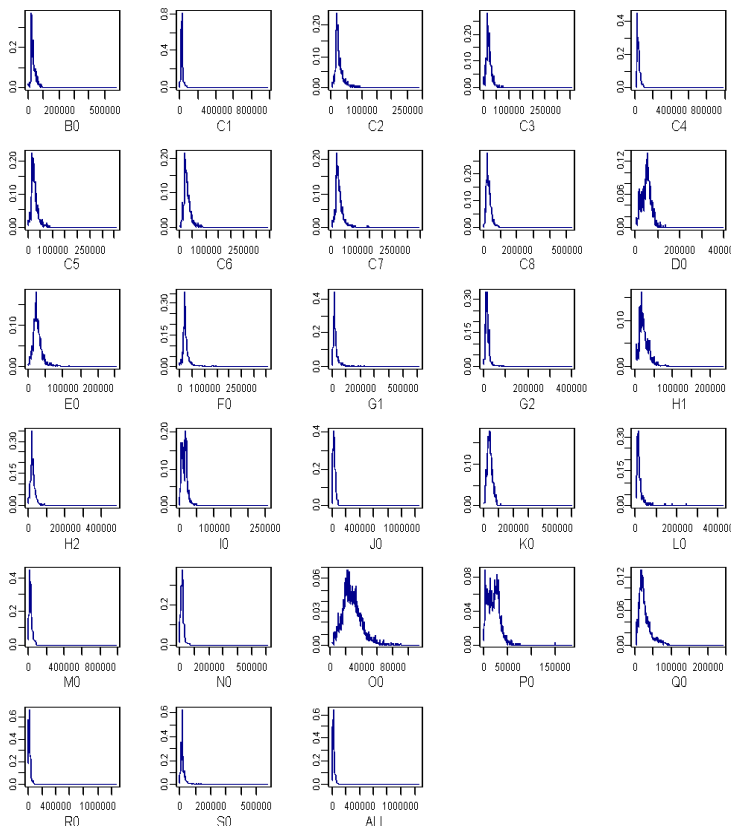


Figure 1. Distribution of wages by type of economic activity.

X axis (frequency, %), Y axis (yearly wages, €).

Reference: Own elaboration form data obtained from the INE [Online] <https://goo.gl/HCPuRuS> [Accessed: 12/04/2017]. For the definition of the labels of each part of Figure 1, refer to foot note 1, on page 4.

We study the last published data from the 2014 quadrennial poll which the INE publishes on October 28th 2016, as shown in figure 1. It incorporates 209.436 workers, considers a great number of variables (sex, occupation, activity, career, or the size of the enterprises), and aims to

obtain comparable results about the structure and distribution of the wages in the EU. We analyse the distribution of wages, the quantity of working hours, and the kind of contracts for the sector of activity of the artists (R0) through a series of statistics. Besides, we compare them to the ones of the other activities included in the Spanish National Classification of Economic Activities (Clasificación Nacional de Actividades Económicas, CNAE-2009)¹, to evaluate the existing degree of precariousness present in each one of them. We use web microdata forms as defined by the EES-14² as a basic unit of analysis. The statistics we calculate are; 1) average; 2) standard deviation; 3) coefficient of variation; 4) coefficient of skewness; 5) coefficient of kurtosis); 6) Gini index; 7) distribution by percentiles; 8) % full-contract; and 9) % open-ended contracts. We intend to obtain empirical evidences to corroborate that the labour of artists in Spain is precarious.

Results and discussion

Table 1 shows the results. We use a coloured background to differentiate the progression of precariousness on the statistics; from the highest level of precariousness (dark red) to the lowest (dark green).

¹ CNAE classification can be found at INE [Online] http://www.ine.es/gescla/pdf/NOTAS_CNAE2009.pdf [Accessed: 12/04/2017]. We acknowledge that section R0 include, besides the creation, artistic and performance sectors, leisure and entertainment activities. We find it is not possible to demarcate the former from the later. However, we understand this fact does not distort our analysis, as we consider it does not introduce significant biases. Would it did, the conclusions of our analysis would be even more consistent and the precarious characteristics that define the labour of artists would be more evident.

² INE [Online] http://www.ine.es/metodologia/t22/meto_ees14.pdf [Accessed: 12/04/2017]

Table 1.

Wages and contracts distribution in Spain

	Avg.	st. dev.	c. v.	ske w.	kurt.	gini	Percentiles			% f-c	% Open-ended contr.
							0%	50% (median)	100%		
B0	32,910.89	20,310.94	0.62	5.83	100.12	0.29	327.39	27,789.03	574,130.91	97%	84%
C1	21,543.27	15,359.87	0.71	7.77	183.31	0.30	327.39	17,953.62	978,372.30	83%	86%
C2	24,714.69	14,557.85	0.59	2.58	15.60	0.29	916.46	20,304.46	289,778.34	91%	88%
C3	22,082.73	11,793.27	0.53	2.59	26.54	0.27	1,122.32	19,931.19	354,904.84	85%	91%
C4	32,059.43	19,738.23	0.62	4.80	78.38	0.29	461.35	27,621.65	978,372.30	94%	90%
C5	26,519.61	13,546.27	0.51	2.64	28.78	0.26	1,885.85	23,949.83	354,904.84	92%	87%
C6	26,658.86	12,825.57	0.48	1.66	8.65	0.25	343.24	24,294.60	342,322.83	91%	82%
C7	29,055.68	14,682.39	0.51	2.37	14.33	0.25	1,121.64	25,935.88	346,567.68	93%	87%
C8	29,327.16	15,386.52	0.52	2.43	31.14	0.27	384.88	26,661.72	525,442.37	91%	84%
D0	51,044.72	22,270.71	0.44	0.93	9.03	0.24	1,470.73	52,438.85	395,439.16	97%	95%
E0	25,964.21	12,471.36	0.48	1.56	6.69	0.25	532.29	23,936.92	250,273.56	89%	83%
F0	22,612.52	12,622.66	0.56	3.05	20.36	0.26	333.92	19,597.00	354,904.84	89%	64%
G1	24,491.80	18,389.10	0.75	4.13	34.99	0.33	323.81	19,234.88	610,329.00	85%	89%
G2	16,272.25	9,467.99	0.58	2.67	15.85	0.28	179.15	14,813.89	397,749.16	65%	86%
H1	22,948.35	13,240.93	0.58	1.52	6.50	0.31	118.19	20,462.28	234,420.26	85%	80%
H2	24,826.09	14,263.05	0.57	3.57	44.70	0.28	409.20	21,750.76	478,645.63	87%	87%
I0	13,649.99	8,445.49	0.62	1.80	9.40	0.32	277.05	13,728.00	256,419.90	48%	75%
J0	32,808.13	20,084.59	0.61	4.17	84.69	0.30	118.19	29,000.04	1,252,723.92	92%	86%
K0	40,734.78	19,871.80	0.49	2.38	32.64	0.26	118.19	38,790.03	594,602.45	93%	96%
L0	20,624.75	21,121.56	1.02	6.06	64.19	0.39	601.59	15,376.32	420,000.00	75%	86%
M0	26,277.10	21,703.56	0.83	7.67	152.74	0.36	179.15	21,580.46	978,372.31	82%	83%
N0	15,770.49	14,166.32	0.90	13.52	374.75	0.35	118.19	14,094.14	607,400.03	57%	69%
O0	27,569.84	11,904.45	0.43	0.82	1.63	0.24	1,835.10	26,160.93	114,339.84	91%	78%
P0	20,930.17	12,846.02	0.61	1.35	9.86	0.33	342.12	20,944.57	182,592.36	59%	67%
Q0	24,827.51	15,871.07	0.64	1.53	3.23	0.33	179.15	20,741.00	241,548.67	78%	73%
R0	16,960.51	22,245.62	1.31	28.65	1376.97	0.42	179.15	13,659.20	1,262,298.36	55%	73%
S0	16,216.11	12,990.33	0.80	6.95	180.69	0.36	118.19	12,600.00	574,130.91	65%	80%
All	22,867.09	16,148.69	0.71	5.24	148.78	0.34	118.19	19,269.46	1,262,298.36	76%	79%

Reference: Own elaboration from the data obtained at INE [Online]
<https://goo.gl/HCPuS> [Accessed: 12/04/2017]

As it can be appreciated in table 1, the artistic sector shows a higher and more asymmetrical variation coefficient, a higher and unbalanced kurtosis and Gini index that evidence the idea of a very unequal

distribution of the salaries, especially on the lowest sections. The median shows the wages of the 50% of the workers. The average salary is among the lowest five of all of them and presents the second lowest median. Moreover, the presence of full-time contracts is the second lower rate and indefinite contracts the fifth lower rate among all the activities considered.

Conclusion

The empirical evidences found in our work support the consideration of the artistic activities as precarious. The data from the 2014 INE's wage distribution survey by economic activity leaves no room for doubt. We do get empirical evidence of an actual precarious artistic life in Spain and open the way to demonstrate that the values that characterize the right to lead a life with dignity in the so-called creative industries are substantially lower than the ones in other professional fields.

References

1. GISBURG, V. & THROSBY, D. (eds.) (2006) Handbook of the Economics of Art and Culture. Amsterdam: Elsevier.
2. OLSHOORN, M. (2014) Measuring Precarious Employment: A Proposal for Two Indicators of Precarious Employment Based on Set-Theory and Tested with Dutch Labor Market-Data. Social Indicators Research, 119(1), p. 421-441.
3. PÉREZ, M. & LÓPEZ-APARICIO, I. (2017) La Actividad Económica de los/las Artistas en España (Estudio y análisis). Fundación Antonio Nebrija.
4. RODGERS, G. & RODGERS, J. (eds.) (1989) Labour Market Regulation: The Growth of Atypical Employment in Western Europe. ILO. Geneva.
5. R CORE TEAM (2013) R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. ISBN 3-900051-07-0, <http://www.R-project.org/>. Packages used: <https://CRAN.R-project.org/package=Weighted.Desc.Stat>, <https://CRAN.R-project.org/package=IC2>, <http://www.stat.ucla.edu/~handcock/RelDist>

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ЖИЗНЕНОТО РАВНИЩЕ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Емил Димов, Боряна Трифонова, Борислава Гълъбова

МГУ „Св. Иван Рилски”, София

emil_dimov@abv.bg, boriana_trifonova@abv.bg,

b.galabova_mgu@abv.bg

Abstract. This report is devoted to analysis of the two main macroeconomic indicators, measuring the standard of living. These indicators are total income of households by sources of income and total expenditure of households by expenditure groups. Their state and dynamics are observed during 2006-2015. On this basis some opportunities for sustainable improvement of the standard of living on the national level are identified.

Keywords: *standard of living, income, expenditure, economic analysis*

Въведение

Докладът е посветен на резултатите от проучване на два от основните макроикономически показатели, измерващи стандарта на живот - относителен дял на доходите и на разходите на домакинствата в БВП. Проследено е тяхното състояние и динамика през периода 2006-2015 г. Изведени са някои възможности за устойчиво повишаване на жизненото равнище в национален план.

Анализ на относителния дял на източниците на доходи в общия доход на домакинствата

Проучването на структурата на доходите на домакинствата по източници показва, че през разглеждания десетгодишен период с най-голямо значение са доходите от работна заплата. Според анализа на публикуваните от Националния статистически институт (НСИ) данни, през 2006 г. 45% от общите доходи се дължат на работната

заплата, а през 2015 г. цели 55% се осигуряват от трудовото възнаграждение. Тези относително високи стойности очертават негативни тенденции и свидетелстват за задълбочаване на цял кръг от социално-икономически проблеми, свързани с възможностите за осигуряване на издръжката на живота. Наблюдава се и двойно покачване на доходите от пенсии, като част от общия доход на населението. Тяхното значение нараства, което се дължи на влошената социално-демографска ситуация, регистрирана в страната от няколко десетилетия насам. Този факт допълнително изостря проблема с осигуряването на по-приемливо качество на живота за широки обществени групи. Най-рязък спад се отчита при доходите от домашно стопанство, на които през 2006 г. са се падали 10% от общия доход. През 2015 г. те вече са едва 1%. Прави впечатление и натискът върху населението да тегли от спестяванията си, по причина недостиг на средства за осигуряване на издръжката на живота. Въпреки тази усложнена ситуация се наблюдава нисък ръст на доходите от предприемачество. Те нарастват твърде скромно - само с 1%: от 5% за 2006 г. на 6% през 2015 г. И все пак делът им остава незначителен и много по-нисък от този в други европейски държави. За десетгодишния период се наблюдава постоянно покачване на доходите, което забавя своя темп през последните години: от 2% за 2014 г. на 1,8% за 2015 г., вследствие влошаващата се вътрешна обкръжаваща среда и увеличаващите се световни конфликти. Тревожност буди и фактът, че увеличаването на доходите се дължи и на паралелното нарастване на изтеглените спестявания, което не се отнася за заемите. При тях има както нарастване, така и спад, обвързан с политическата и икономическа обстановка в страната и съответно с достъпа до кредити и все по-изострената нужда от тях. Въпреки почти двойното увеличение на доходите за изследвания период, не може да се твърди, че домакинствата са станали по-платежоспособни поради ниските нива, от които се стартира и увеличаващите се разходи за издръжка на живота.

Анализ на относителния дял на групите разходи в общия разход на домакинствата

Интерес за проучването представлява разглеждането на съотношенията на относителните дялове на отделните групи разходи. Ако разгледаме структурата на групите разходи в общия разход на домакинствата, можем да отчетем, че най-голямо нарастване на разходите на домакинствата се регистрира през 2007 спрямо 2006 г. – с 20%, следвано от 2008 спрямо 2007 г. и 2011 - 2010 г. с по 12% и 2013 спрямо 2012 г. с 10%. Може да се търси връзка с увеличаването на доходите, което се наблюдава през тези периоди, и съответно с възможността да се направят тези разходи. Аналогична връзка има и през 2010 г. спрямо 2009 г., когато се регистрира спад на доходите с 2% и съответно спад на разходите с 5%. Същевременно се увеличават разходите за изплащане на дългове, а доходите от заеми намаляват. Видно е, че кредитите, които се теглят не са добре разчетени от домакинствата и това ги въвежда във все по-дълбока дългова спирала. Най-обезпокоително е нарастването на разходите за данъци и социално осигуровки с близо шест пъти и на разходите за храна – почти двойно. Ако се разгледа структурата на разходите за периода, се вижда, че разходите за храна представляват най-голям процент от всички разходи, въпреки че намаляват от 37% през 2006 г. на 31% през 2015 г. Прави впечатление и доста високият процент на комуналните разходи, които правят българските домакинства (14%). Доходите, които идват основно от работна заплата, отиват за храна и издръжка на домакинството и държавата. В същото време разполагаемият доход е недостатъчен за осигуряването на облекло, обувки, обзавеждане, развлечения в свободното време, културен отдих и образование. Тези обобщения ясно очертават неблагоприятната картина, свързана със структурата на доходите и разходите на домакинствата и насочват вниманието към все още незадоволителното жизнено равнище и потребление на стоки и услуги.

Възможности за повишаване на жизненото равнище

- Увеличаване на разходите за образование и професионална квалификация съобразно структурата и ориентацията на българската икономика и изискванията на пазара на труда

Представените в сравнителния анализ данни за разходите за образование като дял от БВП показват, че той все още не е достатъчно висок. Това се отразява пряко върху качеството на общообразователните услуги, а оттам и върху стандарта на живота в негативен план. Доказано е, че неговото повишаване преминава именно през състоянието на образователната система и качеството на образованието. Стремехът към усъвършенстване на тези услуги е в съответствие и с ориентацията на ЕС към „икономика на знанието“ и „учене през целия живот“. Разходите за образование обаче трябва да бъдат обвързани с необходимостта да се подготвят такива кадри, каквито са необходими за ефективното стопанско развитие. В този смисъл реформата на всички равнища на образователната система е първата важна крачка, която трябва да бъде направена по пътя за общо повишаване на жизненото равнище.

- Стимулиране на вътрешното потребление чрез постепенно увеличаване на работните заплати

След анализа на изменението в доходите на домакинствата се установи увеличение в размера на заплащането на труда за периода от 2006 до 2015 г. с над 50%. В същия период нарастването на размера на пенсиите е само с една трета. При анализа на разходите се наблюдава повишаване на издръжката на живота с 25%, което на практика „изяжда“ половината от увеличените доходи. Внесените суми по влог значително изпреварват изтеглените. След 2010 г. картината силно се променя и тази тенденция се обръща, което продължава и през 2015 г. Домакинствата все по-често теглят спестяванията си, за да покриват всекидневните си нужди. Нужно е да се извършат мероприятия за постепенно, но устойчиво нарастване на работните заплати, които биха довели до стимулиране на вътрешното потребление и редица други позитивни социално-икономически ефекти. Ролята на държавата в този сложен процес е особено важна.

Необходимо е тя да участва по-дейно в тристранното сътрудничество и активно да съдейства за изменението на размера на минималната работна заплата и минималните осигурителни прагове. Държавата трябва да бъде свързващото звено в това сътрудничество, което да допринесе за подобряване на стандарта на живота.

- Насърчаване на предприемачеството

Въпреки усложнената икономическа ситуация, през последните години се регистрира ръст на доходите от предприемачество. Те нарастват твърде скромно, само с 1%: от 5 % за 2006 г. на 6% през 2015 г. Така техният дял остава незначителен и много по-нисък от този в други европейски държави. Постигнатият напредък в тази сфера е недостатъчен. За това незабележимо покачване могат да се открият и посочат няколко причини: много бюрократични процедури, които трябва да се преминат, заедно с големи разходи за стартиране на предприемаческа инициатива; недостатъчни облекчения за бизнеса; сложна пазарна конюнктура; страх да се поеме риск; липса на знания и умения за организация и управление на дейността. За да се отчете осезаемо подобрене в това ключово за икономиката направление, е крайно необходимо целенасочено да се прилагат цял комплекс от мерки и да се провеждат съответни мероприятия по всяка една от набелязаните критични точки. Въпреки направените стъпки в посока насърчаване предприемаческите дейности, особен напредък не може да се отчете. Причините за това неблагоприятно положение следва да се потърсят в обществените нагласи и разбирания за предприемачеството, които продължават да са по-скоро отрицателни. Промяната на тези нагласи е особено труден процес и значимо предизвикателство, защото преодоляването им отнема много дълго време. Евroatлантическата ни ориентация и припознаването на европейските ценности от страна на българските граждани биха допринесли за тяхната по-бърза промяна. Тя е особено важна, защото пътят към повишаване на работните заплати на национално равнище преминава през развитието и растежа на бизнеса - не само на големия, но и на малкия и средния. За целта активизирането на предприемаческата дейност чрез заемането на по-активна позиция

от страна на българските граждани би имало най-съществен принос.

Използвана литература

1. Кирилов, В. (2014) Планиране повишаването на качеството на живота. С.: Авангард Прима
2. Кирилов, В. (2014) Анализ на качеството на живота. С.: Авангард прима
3. Национален статистически институт, www.nsi.bg

СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ – НЕСТАНДАРТЕН ОТГОВОР НА СОЦИАЛНИТЕ ПРОБЛЕМИ НА ОБЩЕСТВОТО

Христина Благойчева

Икономически университет – Варна

hrblagoycheva@ue-varna.bg

Abstract. In recent years Europe as well as all developed countries are facing new social challenges that cannot be solved with standard methods traditionally used by the governments, businesses and civil society. There are different reasons for the formation of the problems, but the main reason is the gap between the traditional services and the emerging needs. For some of the problems (increasing level of youth unemployment, the boom of chronic diseases as the leading cause of death in the EU, the aging, etc.) traditional approaches to tackle prove to be insufficient. The migration and the formation of specific communities put in place new demands on both the cohesion within the EU and the local services being already under financial pressure. The modern lifestyle causes some problems such as obesity, diabetes and other chronic diseases. Rapidly aging population requires additional funding of health services and care. All this affects the public and local budgets. In addition, the global economic crisis and subsequent restrictions regimes escalate these trends.

The social innovations can offer new, unconventional approaches for harm reduction, and various solutions to solve the problems. Most often their initiators are voluntary and public sector organizations, various associations and networks. Usually they try new ways of organizing the activities in order to meet the social needs of the people. They are already widely used in Europe, but in Bulgaria they have an under-realized potential. The social innovations are new ideas that work and create an imbalance in the market. This means that they create an imbalance within the specific area in a way that forces the market to remake and follow the footsteps of the social innovators.

Keywords: *social innovation, social problem, social needs*

Въведение

В последните години Европа, а и всички развити страни са изправени пред нови социални предизвикателства, които не могат да бъдат разрешени със стандартните методи, традиционно прилагани от правителствата, бизнеса и гражданското общество. Причините за формиране на проблемите са различни, но в основата им стои разминаването между традиционните услуги и нововъзникващите потребности.

Един отговор на новите изисквания са социалните иновации. Те се разглеждат като начин за преодоляване на социалните предизвикателства, насърчаване на устойчивостта и подпомагане на икономическия растеж.

Двигател на социалните иновации

Необходимостта от социални иновации обичайно се проявява когато съществуват проблеми, когато системите не работят или когато институциите работят в "утъпкания коловоз", без да търсят нови предизвикателства. Още през XIX век лорд Томас Бабингтън Макоули (1856, стр. 141) е написал: "Непрекъснатото подобряване е именно там, където съществува постоянно недоволство".

Значение има и осъзнаването за разминаване между това каква е ситуацията в момента и каква би трябвало да бъде, между това, от което хората се нуждаят и това, което им се предлага от правителства, частни фирми и неправителствени организации. Самото разминаване същевременно постоянно разширява границите си поради появата на нови технологии и нови научни знания. Силата на интернет и глобалните медии е впрегната в такива каузи като бедността в световен мащаб и опазването на околната среда.

Държавите-членки на ЕС вече са създали множество фондове, фондации и изследователски центрове и мрежи, чиято задача е да подпомагат и култивират идеи за социални иновации. Например Центърът за социално действие във Великобритания управлява фонд с 14 милиона паунда за иновации или в подкрепа на иновативни решения в редица приоритетни области. В Дания е изградена общинс-

ка мрежа за социални иновации (обединяваща повече от 30 общини) с обща цел - споделяне на нови начини за постигане високо качество на обществените услуги. Федералната администрация на Германия предприема различни мерки за насърчаване на ангажираността на гражданите в социалните иновации и социалното предприемачество (Simon et. al., 2014, стр. 4).

В България, макар и не в такъв мащаб, както по света, но социалните иновации все повече набират сила. Те разчитат на изобретателността на отделните граждани, на организации на гражданското общество, местните общности, бизнеса и държавните служители и услуги. По програмата "Иновации и конкурентноспособност (2014-2020)" през лятото на 2017 г. стартира схемата "Подкрепа за насърчаване на предприемачеството в области, свързани с европейски и регионални предизвикателства", Финансовата помощ по нея ще бъде за разработване на нови продукти и услуги, свързани със застаряване на населението, полагане на грижи и здравеопазване, в т.ч. социално предприемачество. Размерът на гранта, който ще може да получи един кандидат, е между 50 000 лв. и 391 166 лв.

Различното в социалните иновации

Социалните иновации обичайно се определят като "нови идеи (продукти, услуги и модели), които едновременно отговарят на социални потребности и за създаване на нови социални отношения или сътрудничества" (Murray, Caulier-Grice and Mulgan, 2010), или като иновации, които съдействат за "подобряване на благосъстоянието на хората и на общността" (CSTP, 2011). Те не се свързват само с корпоративната социална отговорност и социалното предприемачество, а отиват и отвъд тях. Нещо повече - могат да предложат нови, нестандартни подходи за справяне със социални проблеми.

Например Центърът за социална работа и изследвания в провинция Раджастан, Индия обучава предимно жени от 70 от най-слабо развитите страни в света, на това как се инсталират, ремонтират и поддържат соларни осветителни модули. След връщането си у

дома, те електрифицират селата си със слънчева енергия¹.

Това показва как социалните иновации отговарят на нуждите на обществото, създавайки същевременно нови взаимоотношения или сътрудничества. Те са нови идеи, които често създават дисбаланс в рамките на конкретни сфери по начин, който принуждава пазара да възпроизвежда и следва стъпките на социалните новатори.

Например още от 1981 г. служителите на бразилската компания Semco получават правото да ползват неограничен брой дни отпуск и болнични. Ползата се оказва двустранна. Служителите, неограничавани от строг график и имайки възможността да се грижат за здравето си, стават по-лоялни и по-продуктивни. Като резултат, от 4 млн. долара през 1981 г., стойността на Semco през 2004 г. е вече 1 млрд. долара. По нейните стъпки в днешно време тръгва Netflix (американска компания за Интернет стрийминг услуги по заявка). От 2004 г. нейните служители имат правото сами да определят колко дни да си вземат като отпуска, кога да идват на работа и за колко време. Резултат - след възприемане на тази политика - стойността на компанията нараства до 51 млн. долара (Pink, 2010).

Заклучение

Съвременното общество е изправено пред редица социални проблеми, рефлектиращи върху и затрудняващи публичните и местните бюджети. В допълнение глобалната икономическа криза и последвалите я режими на ограничения, допълнително ограничават възможностите за справяне с тези предизвикателства. Затова погледът се обръща към иновационните подходи.

Направеният кратък преглед показва, че социалните иновации са изключително важни от гледна точка социалната защита на членовете на обществото. Те създават социални ценности, задоволяват социални потребности, осигуряват благосъстояние и оказват социално въздействие. Социалните иновации са възможност както за публичния така и за пазарния сектор за по-добро удовлетворяване на

¹ <https://www.barefootcollege.org/>

индивидуални и колективни цели.

Използвана литература

1. COMMITTEE FOR SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL POLICY (CSTP) (2011) *Fostering Innovation to Address Social Challenges*, OECD, Paris.
2. MACAULAY, T. (1856) *History of England from the Accession of James II*, Volume 1, Harper & Brothers Publishers, NY.
3. MURRAY R, CAULIER-GRICE J, MULGAN G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*, London: NESTA
4. PINK, D. (2010) *Netflix lets its staff take as much holiday as they want, whenever they want – and it works*, The Telegraph. Available from: <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/7945719/Netflix-lets-its-staff-take-as-much-holiday-as-they-want-when-ever-they-want-and-it-works.html>. [Accessed 18/04/2017]
5. SIMON, J. et. al. (2014) *DOING SOCIAL INNOVATION. A Guide for Practitioners*, Brussels: European Commission, DG Research.

НЕФОРМАЛНИЯТ РЕГИСТЪР В МЕДИИТЕ

Андреана Ефтимова

Софийски университет „Св. Климент Охридски” – София

aeftimova1971@abv.bg

Abstract. This study analyzes an excerpt from written text in the journal "For the people" and an excerpt from TV interview in the broadcast "Paparazzi" on BTV to highlight the peculiarities of informal register, but and differences that the channel and the subject imposed. Most important situational characteristics which determine a register as formal or informal are relationships between the participants (their social roles, their personal relationships and shared experience and knowledge). Of course, there are more situational factors that affect the choice of informal register - time and place of communication, communication purposes and the theme of communication. The channel of communication even further compounded and differentiate the informal registers in written and oral form of speech.

Outstanding features of the informal register is preference for the use of 2 person singular in references to the caller with a pronominal and verb forms. Second person forms get different functions and they perform various communication purposes in both informal registers - in written texts imitate an informal register with stylistic purposes while in oral texts through them realize an informal trust register in public communication.

The description and the analysis of the registers can be made only on the basis of a number of criteria and on the construction of complex classification model.

Keywords: *informal register, media text, situational characteristics, speech characteristics*

Въведение

Регистърът е общата тоналност на текста или текстовия фрагмент и е прагматично явление, което стимулира свободата за индивидуална речева изява. Той е „елемент от стратегията на речевия акт, свързан с комуникативното намерение на говорещия: да развесели, размее, натъжи и т.н. някого; да покаже комизма на някакво положение или трагизма на друго; да заяви съчувствието си към дадено лице или за неодобрението си на дадена ситуация [...]” (Димитрова 2009: 118).

Материали и методи

Основната цел на лингвистичния анализ е да установи типичните езикови черти за съответния регистър, наречени особености¹ и маркери² на регистъра. Д. Байбър и С. Конрад предлагат както списък с езикови средства, които могат да бъдат обект на наблюдение при анализа на регистрите (Biber, Conrad 2009: 78-82), така и модел на ситуационните характеристики (Biber, Conrad 2009: 68). Най-съществени ситуационни характеристики за определяне на един регистър като официален или неформален са отношенията между участниците (социалните им роли, личните им взаимоотношения и споделен опит и познания). Разбира се, съществуват още ситуационни фактори, които повлияват избора на неформалния регистър – времето и мястото на общуването, комуникативните цели и темата на общуването. Каналът на комуникацията пък допълнително усложнява и оразличава неформалните регистри в писмената и в устната форма на речта.

В настоящото изследване се анализират откъс от писмен текст в

¹ *Особеностите на регистъра* са „думите или граматическите характеристики, които са (1) широко разпространени навсякъде из текста от регистъра и (2) често срещани – появяващи се обикновено повече в регистъра, отколкото в сравняваните с него други регистри“ (Biber, Conrad 2009: 53).

² *Маркерите на регистъра* са езиковите особености, които са специфични само за наблюдавания регистър и не се появяват обичайно в други. Ако се появят в други регистри, то не са определящи го и веднага извикват асоциация с регистъра, на който принадлежат.

списание „За хората“ и откъс от телевизионно интервю в предаванието „Папараци“ по Би Ти Ви, за да се открият особеностите на неформалния регистър, но и разликите, които каналът на връзката и темата налагат.

Репрезентативни образци на журналистически писмен и устен текст:

Писмен текст 1³. Не се отказвай да търсиш историите зад всяка дума и един ден ще отвориш пожелателите страници на тетрадката и там ще е всичко красиво и важно, което си написал през това време.

Превърни 2011 в година, в която да откриеш, да познаеш, да се влюбиш, да се зарадваш на хората около теб! Очаквай на 8 януари първия ни брой от новата година, посветен на музикъла.

Транскрибиран устен текст 2⁴:

К.П.: все пак/ защо се случи така/ че се раздели с първата си съпруга?/(сериозен поглед и ръце в скута)

Л.Д.: ами виж// когато се ожениш много млад/ то остава или за цял живот/ или рано или късно се проваля тази история// *(вдига ръце и ги сваля, поставяйки ги на краката си)* при нас също нямаше някаква видима причина да се/ да прекъснем тази връзка// просто със 20 години *(разширява очи и вдига разтворени ръце)* заедно/ в един момент сякаш си давахме сметка/ че няма кой знае какво повече да ни се случи/ *(К.П. поклаща глава)* а бяхме още достатъчно млади и хубави и нещата не вървяха добре/ в икономически план и просто

³ Автор: Елеонора Гаджева-Бонева, „Всяка дума знае нещо“, сп. „За хората“, 2011. <http://www.zahorata.com/news/284/1263>

⁴ Транскрибирал: Жения Василева Генчева, специалност „Реклама и публична комуникация“, ФЖМК, Фак. №: 41033; Дата на излъчването: 24.04.2016 г. Основна тематика: личен живот на Любен Дилов-син.

Участници: водещ: Кристина Патрашкова - жена, 53 години, журналист, образование – висше, облечена в официално облекло; гост: Любен Дилов-син - мъж, 51 години, сценарист, писател, политик, журналист, образование - висше. Дата на транскрипцията: 29.04.2016 г. Продължителност на транскрибирането откъс: 5 минути, тайм-код: от 00:13 до 05:48. Линк към записа в интернет:

<http://www.btv.bg/video/shows/paparaci/videos/ljuben-dilov-sin-chovek-kojto-se-zanimava-s-tvorchestvo-e-egoistichen-i-iska-da-bade-ostaven-na-mira.html> (24.04.2016 г.)

така някак си го вземеш това решение// не мога да ти кажа да е имало скандали/ драми/ до ден днешен сме в прекрасни отношения// не е имало никаква разтърсваща любов (*разтваря ръцете си и движи главата си наляво-надясно*) извън// поне аз не знам/ мога да говоря само за себе си тук // (*сmee се и се чеше по крака*)

К.П.: става дума за изневяра тук нали?// (*усмивка и поклащане на главата*)

Л.Д.: извън нашата връзка// мисля че се получи се добре/ защото съхранихме доброто си отношение (*вдига ръце*) към всичко/ което ни е свързало (*бърчи вежди*)

К.П.: допускам обаче/ че раздялата ви все пак се е отразила на децата (*поклаща глава*)//

Л.Д.: не може да не се ... //

Резултати и обсъждане

Особености на неформалния регистър в текстовете:

- Обръщения във 2 л. ед. ч. – лични местоимения *ти, теб*
- Глаголни форми във 2 л. ед. ч. – *откриеш, влюбиш, познаеш, виж, раздели*
- Прагматични частици – *ами, да бе;*
- Обобщено 2 л. ед. ч. - Превърни 2011 в година, в която да откриеш, да познаеш, да се влюбиш, да се зарадваш на хората около теб!; *когато се ожениш много млад/ то остава или за цял живот/ или рано или късно се проваля тази история*

Особености на неформалния регистър, забелязани само в устния текст:

Елиптични, недовършени изказвания - *да се/ да прекъснем тази връзка; не може да не се ... //*

Заключение

Открояващи особености на неформалния регистър са предпочитанията към използване на 2 л. ед. ч. в обръщенията към събеседника с местоименни и глаголни форми. Този тип общуване се оценява често като недопустим или неприемлив за публичната комуникация в българската културна среда и по-специално в медийната речева практика. В писмените текстове вторичните форми се използват

със стилистична цел – за скъсяване на дистанцията с читателя, за воалиран моралистичен апел. В устните интервюта второличните форми отразяват близките отношения на журналиста и неговия гост, но имат и функцията да предразположат към доверителен регистър в условия, в които този регистър е трудно осъществим – публичната сфера. За да се обсъдят теми от личния живот на госта в телевизионното студио пред многомилионна аудитория, е необходимо да се създадат условия в студиото, които да наподобяват една по-лична, по-частна, по-непринудена атмосфера на общуването. Част от такава стратегия са и второличните форми. Употребата им в тези случаи е оправдана заради темите, които се обсъждат. По този начин второличните форми получават различни функции и изпълняват различни комуникативни цели в двата типа неформални регистри – в писмените текстове се имитира неформален регистър със стилистична цел, а в устните текстове се реализира неформален доверителен регистър в публичното общуване.

Прагматичните частици, незавършените и накъсаните изказвания са маркери на устните регистри и присъстват само в устните текстове, като високата им честотност усилва усещането за неформално общуване. Употребени обаче в писмени текстове те формират разговорния неформален регистър (вж. Ефтимова 2013: 36-39).

Както става ясно, във функционирането на неформалния регистър с различна динамика вземат връх различни ситуационни критерии и езикови особености, които показват, че тяхното комбиниране е от голямо значение.

Използвана литература

VIBER, D. B, CONRAD, S. (2009) *Register, Genre, and Style*. New York: Cambridge University Press.

ДИМИТРОВА, СТ. (2009) *Лингвистична прагматика*. София: Велес.

ЕФТИМОВА, А. (2013) Около понятието за разговорност в медийния текст. В: *Годишник на СУ, ФЖМК*, Т. 19, София: УИ „Св. Климент Охридски“, 33-50.

ХЪДСЪН, Р. Д. (1995) *Социолингвистика*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.

ДЕЛОВИЯТ ЕЗИК В КОНТИНУИТЕТА НА ВРЕМЕТО

Анастасия Кондукторова
Икономически университет – Варна
a_konduktorova@ue-varna.bg

Abstract. Object of the research is the business language and the approaches to it in sense of contemporary business communication. The search of more flexible framework of formal communication, adequate to new social attitudes and communication channels, evokes a change in respondents' stereotypes and communication business culture and hesitates the compliance with codified norms. The pattern of modern business language changes under the influence of new social model, the intentional attitudes and value paradigms.

Emphasis is placed on the pragmatic aspects of the usage of written business language and its discursive application in changing communication environment.

The differentiation of the concept *business language* as a result of prolonged linguistic tradition, marked by the requirements of different historical epochs, is placed on review.

Taken alone it passes through different stages connected with changes in language registers, genres, texts, stereotyped formulas and identification models. Knowledge of the specifics of business language and traditional practices in its construction would allow a reasonable language policy for modern codification of written business communication norms in compliance with international requirements.

Keywords: business language, business discourse, pragmatics

Деловият език най-често се определя като специфична употреба на езика, като система от кодове за предаване на официална информация. Същността на това понятие се формира от автономни регистри на официалните речеви действия, каквито са бизнес комуникаци-

ята, административният език, законодателният език, дипломатическият език. Като се има предвид разбирането на М. А. Халидей (Halliday, 1979) за регистъра като мрежа от значения, която заедно с думите и структурите за нейното изразяване, съответства на особена употреба на естествения език, в подходите към деловия език трябва да се отчитат прагматичните маркери, с които е свързан. Той е зависим от комуникативната ситуация (време, място, общокултурни, психологически и социолингвистични извънезикови фактори), комуникативните цели, социалния статус и социалните роли на участниците в комуникацията, социалната дистанция, степента на официалност.

Обект на настоящето изследване е деловият език като рефлексия на лингвистичните, обществено-историческите и културните традиции у нас и прагматичните подходи към него в съвременната бизнес комуникация.

Обособяването на концепта *делови език* е резултат на продължителна лингвистична традиция, отпечатък, върху която са дали изискванията на различните исторически епохи. Сам по себе си той преминава през етапи, през които се сменят регистри, езикови модели, жанрове, реквизити и стереотипни формули.

Преди Освобождението в официалните писмени връзки се е използвал турският административен стил. Характерната за него барокова разточителност на фразата, обличането ѝ с типичните източни хвалебствия, целящо с поток от красиви ласкателства да прикрие същността на една или друга лоша вест, а главно да се заслужи благоволенieto на адресата, е дала облик на повечето от запазените от този период документи, свързани с административната практика.

През епохата на Възраждането с променящата се социокултурна среда се променя стилът на деловата преписка и започва процесът на унификация и утвърждаване на нормативността в писмената официална кореспонденция. За постепенното изграждане на епистолярна култура у зараждащата се българска интелигенция и търговска класа допринасят множеството преведени от гръцки език “писмовници” с образци за официална кореспонденция и напътствия за това,

как да се пишат писма според изискванията на епистоларния жанр и стил. За българския търговец те имат особена стойност, носят непознати до тогава ценности, учат на езиково поведение и етикет. За пръв път се поставят изисквания към езика и стила на документите – преписката е *„безсмъртно художество, необходимо за всеки търговец”*, а *„нуждата да се кажат много неща с малко думи”*, води до постигане на яснота и точност без *„многоглаголност, неуместни празнословия, речи удължителни и украсителни“*¹. С обществената и културна атмосфера на времето са свързани и първите етикетни обръщения във възрожденската кореспонденция – например *Изящнѣйшему* (към лекар), *Словеснѣйшему*, *Мудрословеснѣйшему* (към учител), *Почтенному* (към търговец) и пр.

След Освобождението на България, поради руското администриране на новоосвободените български земи, се налагат изискванията на руския административно - делови стил. По образец на руската кореспонденция се пренасят модели, нетипични за българската езикова ситуация. Тъй като в самата Русия още от XVIII век по същество е в употреба един, немски по вид модел на делово общуване, може да се каже, че у нас след Освобождението, чрез руския делови стил постепенно се налага и едновременно и се създава нов, европейски по дух и смисъл, административно-управленски стил на кореспондиране. Той също търпи свое собствено развитие и същевременно се влияе от европейските стандарти. През този период, наложеният още от началото на XIX век френско-романски модел на писане на документи, все повече се измества от немския изразен модел. Това е последица от модата на времето и е следствие от засилващото се немско влияние. Под знака на този модел преминава както края на XIX век, така и почти цялата първа половина на XX век.

Идеите на Джордж Оруел (1989), че новите политически режими налагат нов език - "новоговор" имат своите проекции и в деловия език. Наложеното у нас след септември 1944 година съветско политическо и обществено влияние, неизбежно формира силно русифи-

¹ Мелас, К. Търговско ръководство. Цариград, 1858, с.676.

пиран и създаван по съветски образец делови стил и език, чийто рецидиви присъстват у нас и до сега. На този именно език са и основните документационни масиви, създавани през втората половина на XX век. Характеристиките на новоезика – манипулативност, бюрократичност, подмяна на информацията, прикриване на истината, насаждане на идеологии и митологеми, се свързват както с политическия дискурс, така и с езика на деловите документи, обслужващи до 1989 г. тоталитарната обществена система.

В последните години тенденциите в съвременната езикова практика сочат търсенето на по-гъвкави рамки на официално общуване, адекватни на новите социални нагласи и комуникационни канали. Това поражда промяна в стереотипите и комуникационната делова култура и разколебава спазването на традиционните кодифициращи норми. Под влиянието на новия обществен модел, интенционални нагласи и ценностни парадигми постепенно се променя и моделът на съвременния делови език. Трансформациите в това отношение следват две насоки: конструиране на делови дискурс, ориентиран към новата социална реалност, и едновременно с това формиране на дискурсивен код, характерен за новия контекст на интернационализация на деловото общуване.

Наблюденията върху съвременната българска езикова ситуация показват, че като цяло в употребата на деловия език доминира спазването на нормативната традиция. Едновременно с това конкретните комуникативни условия създават предпоставки за раздвояване на обществените нагласи между консервативното - спазването на българския стандарт за официална кореспонденция² и модерното – навлизащите чужди формати. В този контекст мненията за правилно и неправилно делово езиково поведение са противоречиви.

Разколебането и нестабилността на нормите в съвременната писмена делова практика може да се свърже със следните процеси:

² БДС 6. 04. 1 - 85. Унифицирани системи за управленска документация. Общадминистративна документация. Основни положения и формуляри - образци Т55. София.

Засилва се стремежът към спазване на правилата, регламентиращи българската писмена делова комуникация, основно в държавната администрация. Чуждите стандарти за кореспонденция се използват основно в деловата комуникация на международните компании и екипи.

Често явление в деловата комуникация е навлизането на езикови средства от неофициални регистри, свързано с желанието за постигане на неформалност в общуването и скъсяване на дистанцията. Типичен пример за това е нарушаването на деловия етикет в служебната електронна кореспонденция чрез използването на разговорни встъпителни и заключителни формули без съблюдаване на социалната дистанция, напр. *Привет, Здравейте дами, Добро утро, Добър ден, Поздрави*. Сред най-често допусканите отклонения е възприемането на корпоративния жаргон като част от деловия език и все по-честото навлизане в писмените делови текстове на думи като *съпортирам, ескалирам, апрувна, пълен конфиденс, евангелист* (говорител, разпространител на нови идеи, свързани с бизнеса) и пр.

Характерни са процесите на десемантизация на думи и изрази в мотивационни писма и обяви за работа, напр. (*атрактивно, адекватно, конкурентно*) *възнаграждение, перфектна, мащабна, просперираща (компания)*. Подобни наблюдения могат да се направят и за юридическия делови регистър - напр. абсурдни дефиниции като *"яйца от охлюви са всички яйца, излюпени от сертифицирани родители"* и използване на дълги и сложни абревиатури в административните актове, напр. абревиатурата с 39 знака (*РУИРИЗВВЗБР ЖРВП№3ЖВП№4ВВДПИТП№3П№4ИНУСМУУП№5*) на заглавието на Наредба №8 от 12.XII.2003 г. на Министерството на околната среда и водите.

Познаването на спецификата на деловия език и традиционните практики в конструирането му, би позволило разумна езикова политика за съвременна кодификация на нормите за писмено делово общуване в съответствие с международните изисквания.

Използвана литература

1. Кондукторова, А. (2001) Деловият език. София: Албатрос.
2. Оруел, Дж.(1989) 1984 София: Профиздат.
3. Halliday, M.A.K. (1979) Language as social semiotic. The social interpretation of language and meaning, London: Edward Arnold.

ИКОНОМИЧЕСКИ МЕТАФОРИ В БЪЛГАРСКИЯ МЕДИЕН ДИСКУРС

Владимир Досев

Икономически университет – Варна

vl_dosev@ue-varna.bg

Abstract. This paper explores the use of economic metaphors in Bulgarian media discourse. It researches texts published in the printed and online media. It aims at proving that abstract economic concepts are often presented in media as metaphors.

The theory of cognitive linguistics claims, that metaphors shape not just our communication, but also the way we think about the abstract concepts. On the one hand, we need to point out that the very existence of the economic theory depends to a large extent on the usage of various conceptual metaphors (wave, peak, jump, budget hole, flat tax, consumer basket, etc.). This means that economic figurative thinking itself is impossible without the usage of metaphors. Abstract economic concepts in the media are often presented with metaphors. Not all people are familiar with the academic understanding of the economic terms. Metaphors are then used as cognitive devices to illustrate those abstract terms so that we can easily perceive and understand them.

On the other hand, it is evident that the usage of metaphors serves both journalists and politicians to manipulate their audiences. In the last years a far more widespread usage of metaphors in economic texts for the media has been observed. It is worth noting that those texts (as well as most media) tend to *entertain* rather than properly inform their audiences. The usage of play-on-words is one of the ways for the media (and politicians) to entertain their consumers. Journalists and politicians are turning into people playing with words, hell-bent on entertaining, making their audiences laugh or horrifying them. One needs to point out that this trend is particularly dangerous in economic texts for the media as it ultimately debases public discussions of crucial social topics.

Keywords: *metaphors, economics, manipulation, media discourse*

1. Въведение

Изследването разглежда някои от характерните метафорични конструкции, които се използват в медийни текстове за икономика. Целта на доклада е да покаже начина, по който разглежданите абстрактни икономически понятия участват в различни метафорични конструкции и да се коментира доколко употребата на метафори спомага (или възпрепятства) за коректното възприемане на икономическите понятия. Обект на изследването са икономически публикации във вестници и интернет от последните 10 г. Докладът разглежда икономическите понятия: *рецесия* и *инфлация*.

Длъжни сме още в началото да подчертаем, че съществуването на самата икономическа теория се дължи до голяма степен на използването на различни метафори (вълна, връх, скок, бюджетна дупка, плосък данък, потребителска кошница и т.н.). Това означава, че самото икономическо мислене е невъзможно без употребата на метафори. Когато представят теорията си за т. нар. *онтологически метафори*, Джордж Лейкф и Марк Джонсън също използват примери, свързани с икономическия дискурс. Абстрактните икономически понятия се представят с помощта на метафори като различни същности (обекти, живи/ митични същества). Примерът, който Лейкф и Джонсън дават, е с понятието *инфлация* (Лейкф, Джонсън 2002: 26).

Инфлацията понижава нашия стандарт на живот.

Трябва да се борим с инфлацията.

Инфлацията ни притиска в ъгъла.

Инфлацията взема своята такса на касата в магазина и на бензиновата колонка.

Купуването на земя е най-добрият начин за борба с инфлацията.

Гади ми се от тая инфлация.

Основоположникът на съвременната икономическа теория Адам Смит въвежда метафората „невидимата ръка“ (invisible hand), която ръководи икономическото поведение на хората, без те да го съзнават. Почти същата метафора („скрита ръка“ – hidden hand) използват и когнитивните лингвисти Лейкф и Джонсън, за да обяснят несъзнаваната от нас понятийна система. Според тях, както и според Адам Смит, тази невидима или скрита ръка направлява нашето поведение, кара ни да вземаме решения, оформя разбиранията ни, без ние да осъзнаваме това. Именно поради способността на метафорите да активират несъзнавани когнитивни процеси, те се използват в медиите текстове и с манипулативна цел.

2. Рецесия

Дори в икономическата теория понятието *рецесия* е дефинирано с помощта на метафори. Според Националното бюро за икономически изследвания в САЩ икономическата рецесия представлява значително *забавяне* на икономиката, продължаващо поне няколко месеца, през което имаме *свиване* на БВП, *ръст* на безработицата и намаления на производството и продажбите. Според същата организация икономиката е в рецесия, когато има две последователни тримесечия на негативен икономически *ръст*.

Понятието рецесия в медиите (и в съзнанието на хората) участва в различни метафорични конструкции. Много често медиите представят рецесията като живо същество, което се движи в някаква посока, избрана от самото него. Рецесията е представена като заплаха, която идва към нас или си отива.

Идва ли глобалната рецесия през 2017¹

Рецесията идва в Източна Европа²

Рецесията си отива, но дълговете растат („Стандарт”, 09. 05. 2016 г.)

¹ <http://www.bloombergtv.bg/v-razvitie/2017-02-10/idva-li-globalnata-retsesiya-prez-2017> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

² http://www.blitz.bg/svyat/retsesiyata-idva-i-v-iztochna-evropa_news38523.html (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

Свързани с тази конструкция са и метафорите, представящи рецесията като митично същество, което *изяжда* продукцията на хората, *бие*, *удря* и т.н. С това същество хората трябва да се *борят*.

*Рецесията удари БМВ*³

*Рецесията удари и потреблението на ток*⁴

*Самарас обеща да пребори рецесията*⁵

*Великобритания отново попадна в лапите на рецесията*⁶

Друга характерна метафорична конструкция е *рецесията е място*. Най-често рецесията е сравнявана с пропаст и воден басейн.

*Citigroup: Глобалната икономика е на ръба на рецесия*⁷

*Дейвид Розенберг: Щатската икономика балансира по ръба на втора рецесия*⁸

*Световната банка: Рецесията в Русия ще достигне дъното през 2016 г.*⁹

*Гърция изплува от 6-годишна рецесия*¹⁰

*Канада потъна в рецесия*¹¹

³ http://www.novsport.com/news/49015_1014.html (прегледан на 19.4.2017 г.)

⁴ <https://profit.bg/balgariya/retsesiyata-udari-i-potrebleniето-na-tok/> (прегледан на 19.04.2017 г.)

⁵ <http://www.investor.bg/centralna-i-iztochna-evropa/335/a/samaras-obeshta-da-prebori-recesiiata-137109/> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

⁶ <http://www.investor.bg/novini/130/a/velikobritaniia-otnovo-popadna-v-lapite-na-recesiiata--133541/> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

⁷ <http://www.investor.bg/drugi/338/a/citigroup-globalnata-ikonomika-e-na-ryba-na-recesiiia-209930/> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

⁸ <http://www.investor.bg/sasht/337/a/deivid-rozenberg-shtatskata-ikonomika-balansira-po-ryba-na-vtora-recesiiia-154235/> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

⁹ <http://www.faktor.bg/bg/articles/ikonomika/svetovnata-banka-retsesiyata-v-rusiyashte-dostigne-danoto-prez-2016-g-63943> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

¹⁰ <https://news.bg/int-economics/gartsiya-izpluva-ot-6-godishna-retsesiya.html> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

¹¹ <https://money.bg/economics/kanada-potana-v-retsesiya.html> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

В медиите много често се използват метафорични конструкции, в които участва метафората *рецесията е заразна болест*. При нея рецесията е представена като болест, с която са ни заразили други икономики или държави.

Евروزоната зарази целия ЕС с рецесия („Труд“; 07.11.2012 г.)

Имунизирана ли е Европа срещу рецесия? (Money.bg; 21.09.2008 г.)

Ройтерс: БГ бавно се възстановява от рецесията („Класа“; 01.12.2010 г.)

При тази метафорична конструкция е видимо подсъзнателното внушение - правителството, политиците, бизнес елитите нямат вина за рецесията. Тя, подобно на болест, се разпространява чрез заразяване, а не е резултат от нашите грешки.

Според някои икономисти тези метафорични конструкции пречат на правилното разбиране на рецесията и се използват с пропагандни цели. Финансистът Емил Хърсев твърди: „Сега държавниците могат да си отдъхнат, защото рецесията е удобно извинение за всички политически провали. Пропагандата отдавна е обявила рецесията в мистиката за висша сила, сякаш е природен катаклизъм, стихийно явление, а не явен провал на икономическата политика. Всеки премиер вече може да вдигне рамене: каква я мислехме, а какво стана! И да поиска от поданиците си поредна доза пот, сълзи и данъци, за да може той, спасителят, да предпази бизнеса и цялата нация от разразилата се катастрофа. Излиза, че никой държавник няма вина за катастрофата. Но става герой, ако „изведе страната“ и „измъкне икономиката от лапите на рецесията“ („Сега“; 03. 12. 2012 г).

3. Инфлация

Според икономическата теория под понятието *инфлация* се разбира постоянно и цялостно покачване на паричните цени, което означава постоянен спад в покупателната способност на парите.

В медиите обаче инфлацията, подобно на понятието рецесия, е представена като живо същество, което върви в някаква посока.

Инфлацията тръгна леко нагоре през октомври („Сега”, 15. 10. 2016 г.)

Инфлацията в Китай тръгна надолу („Мениджър”, 09. 11. 2011 г.)

Инфлацията тръгна назад („Стандарт”, 13. 06. 2011г.)

Инфлацията е представена като (зла, приказна) същност, която изяжда хората и плодовете на техния труд.

Инфлацията изяде растежа на заплатите във Великобритания („Мениджър”, 12. 04. 2017 г.)

Инфлацията изяде лихвите по влоговете („Prisadaily”, 15. 02. 2013 г.);

Инфлацията изяде пенсията („Стандарт”, 15. 05. 2012 г.)

С представената по този метафоричен начин същност (инфлацията) хората трябва да се борят и воюват.

Как ще се борите с инфлацията?¹²

Европа воюва с инфлацията („Банкеръ”, 07. 07. 2007 г.)

БСП ще бори инфлацията с изпреварващ ръст на доходите („Дневник”, 03. 06. 2008 г.)

Китай продължава да бори инфлацията („Дневник”, 14. 01. 2008 г.)

Борбата с инфлацията има променлив резултат. Понякога печели инфлацията, а друг път – хората.

Успя ли светът да победи инфлацията?¹³

¹² <https://money.bg/archive/kak-shte-se-borite-s-inflatsiyata-5344.html> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

¹³ <http://www.investor.bg/analizi/9/a/uspia-li-svetyt-da-pobedi-inflaciata-146117/> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

*Инфлацията в Русия победи*¹⁴

*Китайският премиер обяви победа над инфлацията*¹⁵

4. Изводи

Абстрактните икономически понятия в медиите често се представят с помощта на метафори. Не всеки човек е запознат с научното разбиране за смисъла на използваните абстрактни термини. В този случай метафората се използва като когнитивно средство, чрез което ние мислим и възприемаме икономическите понятия. Чрез метафората се съпоставят едно абстрактно понятие и понятие, което познаваме от всекидневния живот. Според когнитивната семантика хората категоризират понятията не толкова с помощта на чистия разум, колкото с помощта на опита си. Поради този факт ние категоризираме абстрактните понятията с помощта на нашия опит от движението (напред/назад), страха, болестта, физическия сблъсък и т.н. Представянето на абстрактните икономически понятия с помощта на метафори често служи за манипулиране на общественото съзнание. В случая с икономическите метафори скрито се внушава, че правителството, политиците и големите компании нямат вина за икономическите несгоди. Възможно е разговарянето за проблемите в икономиката да бъде умишлено профаниран с помощта на метафорите. По този начин отпада възможността за експертно говорене в медиите по въпросите на икономиката. Разумните аргументи остават заглушени от метафорите, предизвикващи страх и паника.

Използвана литература

LAKOFF, G. & JOHNSON, M. (2002) *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.

¹⁴ http://money.bg/news/id_816886125 (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

¹⁵ <http://m.investor.bg/aziiia/336/a/kitaiskiiat-premier-obiavi-pobeda-nad-inflaciata-119019/> (прегледан на 19. 04. 2017 г.)

КОНКУРЕНЦИЯ НА НОВИ МЕТОДИКИ И ИЗБОР НА ИЗПИТАНИ ПРАКТИКИ ПРИ ОБУЧЕНИЕТО ПО БЪЛГАРСКИ ЕЗИК В НАШИТЕ УЧИЛИЩА ЗАД ГРАНИЦА

Катя Исса

Университет по архитектура, строителство и геодезия – София
katyaissa@abv.bg

Abstract. New structures in Bulgarian language situation, culture and language changes in our contemporary society are accompanied by globalization, which is an economic process. Language phenomena come as a consequence of economic effects. This report is about some of the numerous tactics, applied in educational field abroad, and oriented mainly to Bulgarian economic emigrants, who have been trying to find their luck all over the world. For them Bulgarian language is the most important aspect of their education. For us, who live in Bulgaria, the most important is the same – to keep our national memory forever.

Keywords: *economic globalization, language phenomena, educational aims, methods and approaches.*

Въведение

Динамиката на икономическите процеси в нашата страна през последните години доведе до реструктуриране и на българската езикова ситуация. Съжителството на държавния стандарт и диалектите показва една балансираност във времето, защото тяхното плавно изчезване, прогнозирано преди десетилетия от социолингвистите, отдавна вече е факт: на мястото на диалектите се настаняват мезолектите, които продължават от своя страна да се сливат с книжовната разговорна норма (Виденев 1982, 2013, 2016). Не така балансирано е съжителството на българския език и езиците на етническите малцинства – проблем, който се задълбочава от съвременната икономическа ситуация. Образованата част от българския етнос търси

професионална реализация извън страната, а тези, които остават, бележат чудовищен спад на раждаемостта. Населението се умножава главно от малцинствата. В обезбългарените села се говори на ромски патоя и турски диалекти, българският книжовен език е непознат за голяма част от подрастващите. Икономическите явления, свързани с обмен на хора, стоки и материали между държавите, доведоха до още един езиков феномен: съжителство на българския държавен стандарт и евроанглийския език, последица от глобализацията. Българският език, причислен отдавна към т.нар. малки езици, се превърна в част от т.нар. застрашени езици в пределите на собствената си територия. Това доведе до основателни страхове от евентуалното му изчезване, а институциите в България обърнаха поглед към българската емиграция и към съхранението на българския език зад граница сред огромните ни емигрантски общности.

Материали и методи

Българската емиграция днес има съществени приноси за икономиката. Подпомагането на останалите в родината близки е положително явление, но то прекъсва след едно-две поколения. Затова нашето правителство, напълно безхаберно за живота на хората на територията на България, започна да се страхува твърде много от лингвистична делиберация (отказ от културна идентичност), която дава сигурност на българите зад граница. Езиковата политика, като част от държавната политика по отношение на емигрантите, насочи своите стремежи към българските училища зад граница, и започна (стига да се намери европейска институция, която да финансира проекта) да ги обгрижва и да ги контролира. За съжаление, дейността на българското правителство се фокусира върху разпределяне на така изгодните обществени поръчки и върху определяне на екипи (от специалисти и „не чак дотам“), които да ги изпълнят. Както винаги, когато решенията се вземат от политици неспециалисти, беше пренебрегната теоретичната обосновка за работа по проектите, която трябва да започне с проследяване на алгоритъма на деформацията, която обкръжаващата другоезична среда нанася върху родния българс-

ки език на емигрантите и възможностите за неговото усвояване от техните/нашите деца, родени и растящи там. За да се изготвят програми, учебници и пособия за тяхното обучение на български, трябва чрез научен подход да се проследят пораженията върху родния език на българските емигранти по света. Да се проучат идиолекти на наши сънародници в страните с компактни български емигрантски общности. Смятам, че наблюдението на състоянието на първия (родния български) език на хората, живеещи в чуждоезиково обкръжение в условията на емиграция или на втория (родния български, който не е първи по степен на владееене) на децата, родени в чужбина в български семейства, е важна задача пред българските лингвисти. Основният въпрос, какъв е алгоритъмът на деформацията върху езика на българите, би получил адекватен отговор само ако се изследват на място чрез теренни проучвания комуникативните процеси и се установи степента на „забравянето“ на родния (първия) език. В зависимост от степента на констатираната деформация би било полезно и единствено възможно да се разработват по места периодично адаптирани програми, адекватни на ситуацията в съответните страни, където се изучава български език. За онези от нашите наследници, за които той е втори по степен на владееене (а също и по употреба) единствената възможност е да се преподава българският език като втори. Мисля, че създаването на стройна теория – модел, какъвто е залегнал в европейските програми за изучаване на други езици, е единствено правилният и първоначалният възможен план.

Поставих си нелеката задача да изпълня част от този план и още при оформянето на конкретните задачи се натъкнах на обнадеждаващата информация, че „българските емигрантски общности по света се изследват в много аспекти и от много науки“ (Исса 2015: 258). Разбрах за лекторати в български училища, поддържани от МОН, за финансирани училища, които водят борба за статут на официална образователна институция с висок обществен имидж в чужбина, за множество институции, които работят в тази посока в сътрудничество, за огромна издателска дейност в България, запознаваща широката ни общественост с обучението по български език из-

вън страната. Изглежда, всички образователни институции, които имат статут на законодателни органи, усилено работят за усъвършенстване на „уроците по България“. Заражда се една модерна, трансгранична българистика, набираща преднина в условията на мултиезичност и мултикултурност.

За щастие, по данни на Асоциацията на българските училища в чужбина (АБУЧ) правителството е решило да включи и тях във вземането на решения за подбор и структуриране на учебното съдържание (Годишна конференция на АБУЧ, 27 юли 2016 г. в София, на тема „Обучението по България – приоритет на държавата и на българските училища в чужбина“) . По тяхна инициатива започва да се подготвя изработването и установяването в учебната практика на национални стандарти за различна степен на владеене на български език, които да рефлектират и върху адаптиране на държавните образователни изисквания за учебно съдържание. Учебните програми по български език и литература трябва да се съобразят с техните реалности и да предложат ново обучение по български език като елемент в езиковия репертоар на многоезичната съвременна личност. Никой по-добре от тези учители не познава нуждите на българските ученици зад граница. Търсейки нови решения и модерни методики, те съчетават според ситуацията изпитани стари практики като преподават българския език едновременно като роден и като чужд (дори в един и същи клас). Те са тези, които решават какво да правят в своите училища и декларират наистина добри резултати. За съжаление, те включват само съвместните усилия на добронамерени политически лидери в България и на работещи с възрожденски ентузиазъм учители и общественици българи зад граница, но не включват постановките на българското езикознание. Два дена след проведената конференция, според собствения си предначертан план аз заминах за Сидни, Австралия, и този град се превърна в мой своеобразен микросоциум на емигрантското общество. Изследвах отклоненията в живата реч на българите там и преподавах в българското неделно училище два месеца.

Резултати и обсъждане

Резултатите от моите теренни проучвания относно отклонения-

та в езика на емигрантите в Сидни ще бъдат представени в мащабен труд, който пиша в момента. Горчивото си чувство от „адаптираните учебници“, съобразени с Държавните образователни изисквания, с адаптираните учебни програми на МОН по български език и литература за учениците, живеещи в чужбина, на няколко места вече споделих: „обърнатото огледало на юг от Екватора отразява информация, обърната към нищото, уродливо изопачена от учените адаптатори, спечелили проекти за милиони левове, одобрени от министъра на образованието и науката в нашата страна.

Заклучение

В заключение, обучението по български език в нашите училища зад граница трябва да бъде различно в различните краища на света, съобразено с различните ситуации в обкръжаващата езикова среда. Теоретичната обосновка обаче, трябва да бъде еднаква в основата си – обучението да започне с изследване на състоянието на българския език в съответните страни. Следователно, ако искаме да имаме обществен авторитет, преди да се борим за обществени поръчки за създаване на програми, учебници и помагала, трябва да превърнем научно-изследователската дейност в начална практика и в своя (на езикознанието) кауза. Защото обществен авторитет имат единствено хора с каузи. Само така бихме запазили за по-дълго време езика си, нашия най-важен идентификационен признак като нация, нашия единствен пазител на народностната ни същност и памет.

Използвана литература

1. ВИДЕНОВ, М. (1982). *Социолингвистика*. София.
2. ВИДЕНОВ, М. (2013). *Езиковедски църхи и етюди*. София.
3. ВИДЕНОВ, М. (2016). *Из моя езиковедски бележник*. София.
4. ИССА, К. (2015). На запад от Драгоман, или за българския език на българите по света. В: *Славистиката и българистиката днес: въпроси, идеи, посоки*. Благоевград, с. 526-533.
5. ИССА, К. (2016). Австралийски бележки. За нашето Слово в големия свят. В: „*Светът е слово. Словото е свят*“. Благоевград.

ФОРМИ И ГРНИЦИ НА АКАДЕМИЧНАТА АВТОНОМИЯ

Дарина Димитрова

Икономически университет – Варна

darina@ue-varna.bg

Abstract. The report examines the real application of the principle of academic autonomy through the internal regulation of the higher schools, because these regulations are one of the basic form of academic autonomy. The author makes critical analysis of decisions of the Supreme administrative court, demonstrating the practical application of the widely proclaimed principle of the academic autonomy.

Keywords: *higher schools, academic autonomy, court practice*

Въведение

С откриването на първото висше училище у нас през 1888 г. започва борбата на академичната общност за отстояване на редица академични свободи. Днес темата за академичната автономия е актуална с оглед на това, че се свързва с демократичните процеси в обществото, което поражда **необходимостта от изследване на реалното ѝ приложение**. През 1990 г. е приет Законът за академичната автономия на висшите учебни заведения (ДВ бр. 10/1990 г.). Той се прилага само пет години (отменен със Закона за висшето образование/ЗВО – ДВ бр. 112/1995 г.), но е важен като първи нормативен акт, който използва термина „академична автономия“. **Актуалността на темата** произтича от два основни факта. От една страна, въпреки, че у нас до 1990 г. академичната автономия няма законодателна уредба, понятието има дългогодишна история, която се свързва с възникването на висшето образование в новоосвободената Българска държава, а от друга е пряко свързано с развитието на обществените процеси в страната. В тази връзка, на съвременния етап академичната автономия е пряко свързана с демократичните процеси и

това е причината да се приеме самостоятелен закон една година след обществено-политическите промени от 1989 г.

Съвременната нормативна уредба на академичната автономия е дадена в Глава четвърта на ЗВО. Анализът ѝ поставя въпроса действително ли висшите училища разполагат с широка академична автономия, не се ли явява законът нейно ограничение, не се ли предоставя на висшите училища само право на вътрешно администриране и привидно прокламиране на автономия в условия на финансова зависимост от държавата. Въпреки, че това е правен институт, уреден от българското законодателство за първи път преди 27 години, до сега има събрана значителна съдебна практика по въпроси на академичната автономия. В доклада е направен анализ на най-новата съдебната практика на Върховния административен съд (ВАС) след 2010 г. Тогава беше приет Законът за развитието на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ – ДВ бр. 38/2010 г.) и това рефлектира върху разбирането за същността на академичната автономия, особено след решението на Конституционния съд за обявяване на противоконституционни на редица текстове от ЗРАСРБ (Решение № 11 от 5 октомври 2010 г. по к. д. № 13 от 2010 г., ДВ бр. 81/2010 г.). В доклада са разгледани и резултати от законодателни проучвания на Народното събрание по въпроси на академичната автономия в редица европейски страни [1]. В този смисъл **целта на доклада** е, чрез **анализ на съдебната практика и посочените законодателни проучвания**, да се покаже как същите **интерпретират академичната автономия**, като същевременно се изяснява и въпросът за нейната същност и граници“. Академичната автономия може да се разглежда в много аспекти, но **предмет на доклада** е **изследване на реалното ѝ приложение чрез вътрешните правилници на висшите училища**.

Разглеждайки академичната автономия, цитираните проучвания посочват, че законодателствата на изследваните държави (Литва, Италия, Латвия, Словения, Холандия, Испания, Словакия, Австрия,

Ирландия, Франция, Чехия, Финландия, Обединено кралство) не съдържат определение за това понятие. Но във всички е залегнал принципът, че висшите училища се ползват с автономия, която произтича от принципа на самоуправление и академична свобода и обхваща: академични, административни, икономически и финансови дейности, свързани с управлението им. Висшите училища са независими в създаването на вътрешна организационна и управленска структура. Те установяват свои вътрешни правила, определят броя на служителите, правата и задълженията на членовете на институцията, имат право да управляват, да използват и да се разпореждат със своето имущество. По отношение на академичната свобода цитираните законодателни проучвания посочват, че в университетите е гарантирана академичната свобода в изследователската и преподавателска дейност и свободното изразяване и обмен на идеи (Кипър, Гърция, Холандия, Австрия). Висшите училища разполагат с академична свобода да си сътрудничат с други висши училища за извършване на съвместна научно-изследователска, художествено-творческа, проектна и иновационна дейност в страната и чужбина (Италия, Латвия, Германия). По отношение на академичното самоуправление, посочените законодателни проучвания изтъкват, че висшите училища изработва свой правилник, който е израз на академично самоуправление (Испания, Австрия, Германия, Дания). Университетите имат известна свобода да определят собствените си вътрешни управленски структури, като тази свобода е ограничена от рамките на закона (Холандия, Латвия, Ирландия, Унгария). Правната уредба на автономията на висшите училища в изследваните държави разкрива общи белези, които позволяват да се изведат принципите на образователната политика на законодателя в тези страни. Съветът на Европа препоръчва на страните-членки на Европейския Съюз да създадат прозрачна система за подобряване качеството на висшето образование, основана на принципи като автономия на органите и стимулиране на активното участие на академичната общност в самоуправлението на университетите.

От 10 г. България е страна-членка на Европейския съюз и приз-

нава неговите ценности и перспективи за развитие на висшето образование. Това е отразено в ЗВО и в приетата Стратегия за развитие на висшето образование в РБ за периода 2014-2020 г. (ДВ бр. 18/2015 г.) В Стратегията са изложени и редица аспекти на академичната автономия, а именно основните предизвикателства, свързани със системата за управление на висшите училища е необходимост автономията да се съчетае с механизми за институционална отговорност - прозрачност, публичен контрол, академична конкуренция. Целта е постигане на система за висше образование, която е способна да се саморегулира съобразно динамиката на обществените процеси и да поддържа качеството на висшето образование. В Стратегията е направен и анализ на състоянието на системата на висшето образование. Като слаба страна се посочва липсата на баланс между автономията на университетите и степента на контрол, упражняван от държавата. Като възможности за развитие се посочват осигуряване на реална автономия и отговорност на висшите училища, създаване на механизми за ефективен контрол и за саморегулиране.

Стратегията за развитие на висшето образование твърде общо формулира приоритетните насоки и мерки за модернизация на българското висше образование, за усъвършенстване на системата за управление на висшите училища, в т.ч. и на академичната автономия. ЗВО дава по-детайлна уредба, в сравнение със Стратегията и нашето законодателство, като останалите европейски държави, установява принципа за академична автономия. Нашият закон обаче също не дава определение на това понятие, а само посочва нейните форми и изброява дейностите, чрез които те се осъществяват. Съгласно чл. 19, ал. 3 от ЗВО, **академичната автономия има три форми - академични свободи (чл. 20 ЗВО), академично самоуправление (чл. 21 ЗВО) и неприкосновеност на висшето училище (чл. 20 ЗВО)**, които са изчерпателно изброени. Сред дейностите, включени в академичното самоуправление се откроява **правото на висшето училище да урежда устройството и дейността си в собствени правилници. Тази дейност е предопределяща** за всички останали, защото посредством вътрешно-устройствените актове се регулират

редица дейности, чрез които се осъществяват и трите форми на академична автономия. Тъй като всички въпроси на устройството и дейността на висшето училище, неуредени в ЗВО, се регламентират с Правилника за дейността на висшето училище и други негови правилници (чл. 37 ЗВО). Общото събрание е органът, който приема или изменя Правилника за дейността на висшето училище (29, ал. 1, т. 2 ЗВО), а Академичният съвет приема правилници за определени учебни, научни, творчески или научно-производствени дейности (чл. 30, ал. 1, т. 14 ЗВО). Съгласно чл. 38 ЗВО, актовете на органите за управление на висшето училище могат да се обжалват пред съда по реда на АПК (ДВ бр. 30/2006 г.).

Висшите училища се ползват от академична автономия, част от която е и академичното самоуправление и правото да уреждат устройството и дейността си в собствени правилници, **които обаче трябва да бъдат съобразени със закона**. От императивната разпоредба на чл. 21, ал. 1, т. 2 от ЗВО следва, че не могат да се регламентират правила във вътрешната уредба в противоречие със закона. В практиката на ВАС, приеманите от Академичния съвет и Общото събрание **правилници на висшите училища**, са посочвани като една от основните проявни форми на академична автономия и се разглеждат като **вътрешно-устройствени актове, разпоредбите на които не трябва да противоречат на ЗВО и на Конституцията** (Решение № 6515 от 11.05.2011 г. по адм. д. № 10482/2010 г., VII отд. на ВАС; Определение № 7291 от 03.07.2006 г. по адм. д. № 3164/2006 г., V отд. на ВАС).

Българското законодателство следва установените норми и принципи за академична автономия, залегнали в законодателствата на останалите европейски държави, но именно анализът на съдебните решения показва как на практика се прилага този широко прогласен принцип. Основните насоки в тази връзка са следните:

Съдебната практика (Решение № 6515 от 11.05.2011 г. по адм. д. № 10482/2010 г., VII отд. на ВАС) познава случаи, при които Правилник за устройството и дейността на висше училище предвижда решенията на Академичния съвет, да се приемат с обикновено мно-

зинство от списъчния състав. Тази норма е предвидена в по-нисък по степен нормативен акт (вътрешен правилник на висше училище) и е в противоречие с разпоредбите на ЗВО. Съгласно чл. 36а, ал. 3 от ЗВО, решенията на колективните органи за управление се приемат с обикновено мнозинство, освен ако в закона е уредено друго. В мотивите към посоченото решение ВАС изразява становище, че за валидността на решенията на Академичния съвет е изискуемо те да са взети с "обикновено мнозинство", изразено чрез гласуване на половината + 1 от присъстващите членове на редовно проведено заседание на колективния орган, като в ЗВО не е предвидено друго. Предвид това, за валидно взето решение на колективния орган изискуемо е "обикновено мнозинство" на присъстващите членове, а не обикновено мнозинство от списъчния състав, което по своята същност е вид квалифицирано мнозинство. В този случай (оспорване на решението на Академичния съвет, взето с квалифицирано мнозинство съгласно Правилника за устройство и дейността на висшето училище), Съдът е компетентен да отмени решението на колективния орган. С тези съображения е отменено оспореното решение, като незаконосъобразно, с мотиви, че същото противоречи на повелителната разпоредба на закона, тъй като съответстващата ѝ уредба от правилника ѝ противоречи.

Авторът се присъединява към изложеното от ВАС становище, защото дейността по приемане на вътрешни правилници е предопределяща за другите форми на академична автономия. Изискуемите по закон кворум и мнозинство за вземане на решение, не могат да бъдат завишавани излишно, нито занижавани с вътрешни правилници, особено когато става въпрос за редът на дейност на орган с решаващи функции, какъвто е Академичният съвет. При изработването на вътрешните си правилници висшите училища трябва стриктно да спазват разпоредбите на ЗВО, когато уреждат редът на дейност на органите за управление, с оглед техните актове да бъдат законосъобразни.

Както беше посочено, съгласно чл. 37 от ЗВО, всички въпроси на устройството и дейността на висшето училище, неуредени в за-

кона, се регламентират с Правилника за дейността и други правилници, а предвиденото в чл. 21, ал. 1, т. 2 от ЗВО, академичното самоуправление включва и правото на висшето училище да урежда устройството и дейността си в собствени правилници, **но при всички случаи в съответствие с този закон**. Това е подчертавано в трайната практика на ВАС (Решение № 12306 от 05.10.2012 г. по адм. д. № 3418/2012 г., VII отд. на ВАС; Решение № 7086 от 19.05.2011 г. по адм. д. № 10510/2010 г., VII отд. на ВАС; Решение № 2708 от 23.02.2011 г. по адм. д. № 4780/2010 г., VII отд. на ВАС). В цитираната практика ВАС потвърждава решенията на административни съдилища, с които се отменят заповеди на ректори за отстраняване на студенти от различни висши училища за определен срок. Заповедите са издадени на основание приети вътрешни правилници. За да постанови този резултат, съдът приема, че издадените административни актове (заповеди за отстраняване на студенти от висши училища за определен срок) не съдържат конкретни правни основания за издаването им. Прието е, че те са издадени в нарушение на материалния закон. Принудителната мярка - отстраняване за определен срок е наложена при липса на законово основание, тъй като основанието за налагане на мярката не е предвидено в закона, а с приетите от Академичните съвети правилници е „дописан“ ЗВО. Крайният извод на съда е, че издадените заповеди са незаконосъобразни.

В един от случаите в Правилник за правата и задълженията на студентите е предвидено отстраняване от Университета за срок от три години на студент, който виновно наруши ЗВО и правилниците на университета за определен срок. В другите два случая в Правилник за организацията на учебната дейност е предвидено отстраняване за една календарна година на студент, за когото е установено, че преписва, прави опит за преписване или предприема други измамни действия по повод явяване или провеждане на изпит. В цитираните решения и в трите случая ВАС посочва, че отстраняването на студент от висше училище за определен срок е уредено в чл. 74, ал. 2 от ЗВО, съгласно който студент, докторант или специализант се отстранява от висшето училище за определен срок при: 1. предоставяне

на неверни данни, въз основа на които е приет във висшето училище, или подправяне на документи за студентското му положение; 2. системно неизпълнение на задълженията си по учебния план или правилниците на висшето училище и 3. осъждане на лишаване от свобода за извършено умишлено престъпление от общ характер.

В мотивите към посочените решения ВАС изтъква, че предвидената във вътрешен правилник възможност за отстраняване на студенти от висше училище при виновно нарушение на ЗВО и правилниците на университета, не съществува в чл. 74, ал. 2 ЗВО. Следователно в правилника е въведено ново непредвидено в закона основание за отстраняване, тъй като "виновното нарушение на ЗВО и правилника" е различно по своето съдържание от "системно неизпълнение на задълженията по учебния план или правилниците на висшето училище". Предвиденото във вътрешен правилник отстраняване на студент, за когото е установено, че преписва, прави опит за преписване или предприема други измамни действия по повод явяване или провеждане на изпит, също се приемат от ВАС за допълнителни основания за отстраняване от висшето училище и не съответстващи на закона, поради което не може да послужат като основание за издаване на такава заповед. Според ВАС, обстоятелството, че предвидените с вътрешен правилник хипотези не фигурират в изброяването по чл. 74, ал. 2 от ЗВО, налага извод, че същите са в противоречие със закона. Според съда, в цитираната разпоредба са изброени изрично и изчерпателно основанията за отстраняване на студентите за определен срок от висшето училище, поради което не е налице неуредено положение по смисъла на чл. 37 от ЗВО, налагащо конкретизация с подзаконов акт. Като налага санкция на основание вътрешен правилника за нарушение, което не е сред изчерпателно изброените в чл. 74, ал. 2 от ЗВО, ректорът допуска съществено нарушение на административно-производствените правила и прилага неправилно материалния закон.

В този случай **авторът се отнася критично към цитираните съдебни решения**. Това стеснително тълкуване на ЗВО съществено ограничава свободата на висшите училища да уреждат устройството

и дейността си във вътрешните си правилници, което от своя страна води до ограничаване на академичната автономия и до невъзможност за нейното реално осъществяване.

Академичната автономия е понятие на Конституцията със свое съдържание и то е развито в чл. 19 и сл. ЗВО. Смисльът ѝ се свежда до признаване от страна на държавата на академична свобода, самоуправление и неприкосновеност на висшите училища. Тя обаче не изключва необходимостта държавата да регулира отношенията по повод извършваната научно-образователна дейност, в рамките на контрола, който тя е длъжна да упражнява върху висшите училища, съгласно чл. 53, ал. 6 от Конституцията. Всичко казано дотук поставя въпроса до къде стигат **границите на академичната автономия**. Те се определят от три основни фактора. **От една страна**, законът е този, който посочва изчерпателно формите, в които може да се проявява академичната автономия. Извън посочените в ЗВО форми и дейности на академична автономия, други не могат да бъдат установявани с вътрешните правилници на висшите училища. **От друга страна**, възможността за съдебно оспорване на актовете на общото събрание, академичния съвет и ректора по реда на АПК също определят границите, до които се простират правомощията на тези органи, в качеството им на академично ръководство, издаващо вътрешно-устройствени актове, които имат характер и на административни актове. **От трета страна**, граница на академичната автономия е контролът, който държавата упражнява над висшите училища чрез Националната агенция за оценяване и акредитация (НАОА). Съгласно Критериалната система за институционална акредитация на висшите училища на НАОА от 2011 г. [2], един от важните показатели при институционална акредитация е да има разработени, приети и публикувани правилници за устройството и дейността на висшето училище и неговите звена. Като при всички случаи вътрешно-устройствените актове на висшите училища трябва да бъдат в съответствие с Конституцията и специалните закони.

Заклучение

Академичната автономия е необходимо условие да могат университетите да осъществяват своята дейност – да предоставят образование, да извършват научни изследвания. Според изложеното в Стратегията за развитие на висшето образование, през изминалите 10 г. са полагани усилия за модернизация на системата за управление на висшето образование у нас в съответствие с европейските образци и препоръки на Европейската комисия. Промените, наложени в законодателната и институционална практика, са довели до положителни резултати, които могат да се усъвършенстват и в бъдеще в рамките на академичната автономия. Според Стратегията е налице разширена и засилена автономия при управлението на висшите училища и затова е важно е да се избере ефективен вариант за наблюдение и контрол от страна на държавата и обществото върху висшите училища. **Прегледът на съдебната практика обаче показва, че автономията не е толкова широка и има много нерешени проблеми в управлението на висшите училища при прилагането на принципа за академична автономия.**

На следващо място трябва да се отбележи, че заложеният в ЗВО принцип на академична автономията на пръв поглед изглежда, че дава широки правомощия на органите за управление на висшите училища. Но възниква въпросът как те реално да го прилагат, като университетите, особено държавните, са финансово зависими от изпълнителната и законодателната власт. Трудно е да се правят предложения за промяна на законодателството в областта на висшето образование, така че законът да предостави по-голяма академична автономия на висшите училища. От една страна за това се иска политическа воля. От друга страна текстовете на закона се формулират по-общо, предвид факта, че нормативните актове се отнасят за неограничен брой субекти и случаи и там едва ли може да се направи някаква радикална промяна. Трябва обаче ръководните органи на висшите училища да познават съдебната практика, за да могат университетите да се ползват от тези решения. Съдебната практика е показателна за тълкуването и прилагането на закона и това трябва да е от

полза на висшите училища, за да не се допускат грешки при интерпретирането на този правен институт. Недопустимо е уважавани академични институции да нарушават закона чрез вътрешните си правилници, да го тълкуват превратно или да го дописват. Академичното самоуправление се изразява в правото на висшето училище да урежда устройството и дейността си в собствени правилници, но академичната автономия не означава абсолютна независимост от държавата и не е привилегия, която може да игнорира законоустановени норми и принципи.

Опитът на останалите европейски държави, приетата от България Стратегия за развитие на висшето образование, ЗВО и ЗРАСРБ, заедно със съдебната практика могат да бъдат основа за **широк академичен и обществен дебат**, с цел намиране на най-точното решение, което да съчетава националните традиции с международните тенденции и успешни практики с оглед **промяна, водеща до реална академична автономия**.

Използвана литература

1. <http://www.parliament.bg/students/index.php?action=displays&id=150>
2. <http://www.neaa.government.bg>

НЕРАВЕНСТВОТО В РАБОТНИТЕ ЗАПЛАТИ В КОНТЕКСТА НА СТРУКТУРНИТЕ ПРОМЕНИ В БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА

Свилена Михайлова

Икономически университет – Варна

s.mihaylova@ue-varna.bg

Abstract. The paper aims at exploring wage inequality as one of the drivers of overall income inequality in the context of the structural changes in the economy of Bulgaria. For this purpose, first wage inequality is estimated, using the inequality decomposition method proposed by Pyatt, Chen and Fei (1980) and then the inter-industry differences in wages and employment are analyzed.

Keywords: *structural change, deindustrialization, wage inequality*

Въведение

Основна особеност на развитието на българската икономика от началото на прехода са протичащите в нея значими структурни промени, намиращи израз в нарастващо значение на сектора на услугите за сметка на индустрията и селското стопанство. Тези процеси несъмнено оказват силно влияние върху заетостта, равнището на доходите и тяхното разпределение. На фона на тези структурни промени, повишаването на доходното неравенство се очертава като един от осезаемите социални проблеми в съвременната българска реалност (по данни на Евростат през 2015 г. България е на трето място в ЕС по коефициент на Джини). Целта на доклада е да се потърси връзка между структурните промени в българската икономика и неравенството в работните заплати чрез изследване на отрасловите различия в заплатите и заетостта в периода 2000-2015 г.

Най-големият спад в индустрията в България е в първите шест години от прехода, в рамките на които делът на създадената в този

сектор добавена стойност намалява от 49% на 21% от БВП. В следващите години се наблюдава известно покачване на дела на индустрията, но без да надвишава 30%. Спад бележи и делът на селското стопанство (от 17% през 1990 г. до 5% през 2015 г.). Делът на услугите от своя страна бележи двоен ръст в първите шест години и към 2015 г. представлява 67% от БВП. Спадът в дела на добавената стойност на селското стопанство и индустрията за сметка на нарастващата роля на услугите води до съществени промени и в заетостта. След 1990 г. се наблюдава намаляване на дела на заетите в селското стопанство и индустрията за сметка на значително повишаване на този на услугите, като през 2015 г. трите сектора формират съответно 7%, 30% и 63% от общата заетост.

Освен върху заетостта, протичащите структурни промени несъмнено влияят и върху равнището на доходите и тяхното разпределение. Интерес в случая представлява неравенството в работните заплати, доколкото те формират над 50% от общия доход. За целите на изследването е извършена декомпозиция на коефициента на Джини по източници на доход съгласно методологията на Пиат, Чен и Фей (1980), използвана в редица изследвания (Миланович (1999), Хеди, Митракос и Цаклоглу (2001), Медейрос и Соуза (2015)). Изчислени са коефициент на концентрация на работната заплата и еластичност на коефициента на Джини спрямо работната заплата на база на данни от Бюджети на домакинствата на НСИ за периода 2000-2015 г.

Таблица 1.

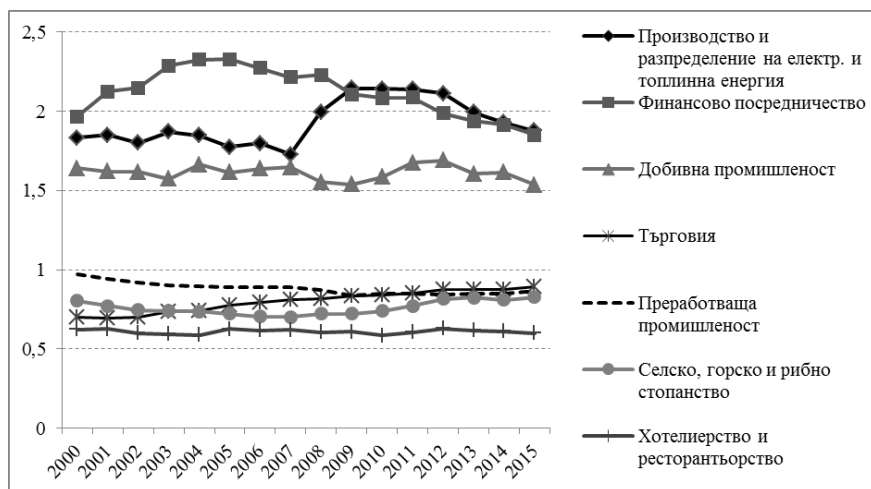
Неравенство в работните заплати

Показател	2000	2003	2006	2009	2012	2015
Коефициент на концентрация на работната заплата	0,359	0,333	0,335	0,381	0,404	0,394
Еластичност на коефициента на Джини спрямо работната заплата	0,062	0,012	0,047	0,171	0,155	0,177
Коефициент на Джини	0,310	0,324	0,304	0,287	0,312	0,298

Източник: Собствени изчисления по данни на НСИ

Коефициентът на концентрация на работната заплата е по-висок от коефициента на Джини за целия период, което означава, че работната заплата е един от факторите, съдействащи за увеличаване на доходното неравенство. Коефициентът ѝ на концентрация освен това нараства с времето, което е индикатор за повишаване на неравномерността в разпределението на този вид доход. Еластичността на коефициента на Джини спрямо работната заплата е положителна за целия период и също така бележи тенденция към увеличаване. Това показва, че силата на въздействие на работната заплата в посока изостряне на доходното неравенство се увеличава с времето.

С цел изучаване на причините за нарастващото неравенство в работните заплати, анализът продължава с разглеждане на отрасловите различия в работните заплати в периода 2000-2015 г. До 2008 г. най-ниската заплата е в хотелиерството и ресторантьорството, а най-високата – във финансовото посредничество. След 2008 г. тенденцията по отношение на най-ниската отраслова заплата се запазва, а най-висока през 2009 г. и в периода 2010-2015 г. е средната заплата съответно в „Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива“ и „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения“. Отношението между най-високата и най-ниската отраслова заплата нараства от 3,16 през 2000 г. на 3,84 през 2015 г., което загатва за задълбочаващи се отраслови различия в работните заплати. С оглед на тяхното по-детайлно изследване, на Фигура 1 е представена динамиката на отношенията между средните отраслови заплати и средната заплата общо в страната.



Фигура 1. Отношение между средните отраслови заплати и средната заплата общо

Източник: Собствени изчисления по данни на НСИ

В годините на висок икономически растеж преди кризата, средната заплата във финансовия сектор е над два пъти по-висока от средната в страната. След 2008 г. се наблюдава значителен ръст на заплатите спрямо средното за страната равнище и в други два отрасъла: „Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива“ и „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения“, като през 2015 г. те надхвърлят съответно с 88% и 130% средната заплата в страната. Заплатите в добивната промишленост са малко по-ниски от горепосочените отрасли и средно за периода надхвърлят с около 60% средната заплата в страната. На другия полюс са отраслите с най-ниски заплати: хотелиерство и ресторантьорство, селско, горско и рибно стопанство, търговия и преработваща промишленост. За целия период заплатите в тях са под средната в страната и представляват съответно 61%, 76%, 80% и 88% от нейното равнище.

Освен равнището и динамиката на различията в отрасловите заплати, за промените в неравенството в работните заплати, важно

значение имат приносите на отделните отрасли в общата заетост. За целта са изчислени относителните дялове на наетите в отраслите с най-ниски и най-високи заплати в общия брой наети в страната. През 2015 г. 47,3% от наетите лица в страната са ангажирани в четирите отрасли с най-ниска средна заплата, като 22,7% от тях работят в преработващата промишленост, а 16,6% - в търговията. Това са също така двата отрасли с най-висок дял наети лица в страната. От друга страна, общият дял на наетите в четирите отрасли с най-високи средни заплати е значително по-нисък и въпреки че бележи известно увеличение в разглеждания период, остава под 10%.

Таблица 2.

Дялове на наетите в отраслите с най-ниски и най-високи заплати

Отрасли	2000	2005	2010	2015
Дялове на наетите в отраслите с най-ниски заплати				
Хотели и ресторанти	2,6%	3,8%	4,9%	4,9%
Селско, горско, ловно и рибно стопанство	4,7%	3,2%	2,9%	3,1%
Търговия	11,1%	14,3%	17,7%	16,6%
Преработваща промишленост	29,6%	27,9%	22,2%	22,7%
Общо	48,0%	49,2%	47,8%	47,3%
Дялове на наетите в отраслите с най-високи заплати				
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	-	-	2,8%	3,5%
Финансово посредничество	1,5%	1,5%	2,5%	2,5%
Производство и разпределение на електр. и топлинна енергия	3,1%	2,6%	1,4%	1,3%
Добивна промишленост	2,1%	1,3%	1,1%	1,1%
Общо	6,7%	5,5%	7,9%	8,4%

Източник: Собствени изчисления по данни на НСИ

Данните показват, че в основата на диференциацията на работните заплати стоят следните особености на развитието на отрасловата структура на българската икономика. Някои от икономическите дейности от придобиващия все по-голямо значение третичен сектор като „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения“ и финансово посредничество, генери-

рат едни от най-високите доходи в страната, но от това се облагодетелства малък процент от наетите лица поради ниския дял на създадената от тези дейности заетост. Същевременно развитието на друга дейност от сектора на услугите като търговията води до значителен ръст на дела на наетите, но равнището на заплащане в нея е ниско и остава под средното в страната. С най-голям принос за създаване на заетост е преработващата промишленост, но равнището на заплащане в този отрасъл също е по-ниско от средното, като разрывът между тях се увеличава във времето.

Заклучение

На база на направения анализ може да се обобщи, че за неравенството в работните заплати в българската икономика допринасят нарастващата диференциация в заплащането по отрасли и различията в създадената от тях заетост. В последните години растящото неравенство започва да привлича все повече внимание в политическите и научните среди и да бъде отчитано като едно от предизвикателствата пред устойчивия растеж както на национално ниво, така и на европейско ниво. В контекста на българското икономическо развитие, високото неравенство има още по-сериозни социални и икономически измерения, доколкото се съчетава с най-ниското в ЕС равнище на доходите.

Използвана литература

1. HEADY, C., MITRAKOS, T. and TSAKLOGLOU, P. (2001) The Distributional Impact of Social Transfers in the European Union: Evidence from the ECHP. *Fiscal Studies*. 22(4). p. 547-565.
2. MEDEIROS, M. & SOUZA, P. H. G. F. (2015) State Transfers, Taxes and Income Inequality in Brazil. *Brazilian Political Science Review*. 9 (2). p. 3-29.
3. MILANOVIC, B. (1999) Explaining the Increase in Inequality during Transition. *Economics of Transition*. 7(2). p. 299-341.
4. PYATT, G., CHEN, C. and FEI, J. (1980) The Distribution of Income by Factor Components. *Quarterly Journal of Economics*. 95(3). p. 451-473.

ГЕНЕРИРАНЕ НА ПРИХОДИ ОТ СТОПАНСКА ДЕЙНОСТ В БЮДЖЕТНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ – ВЪЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Иван Апостолов

Икономически университет – Варна

ivan.apostolov@ue-varna.bg

Abstract. The accounting in budgetary organizations is heavily legislated and this does not permit the application of an own although complying with the applicable accounting standards and regulations approach for the reporting of individual business transactions. Despite the detailed instructions given by the Minister of Finance on how different business events should be accounted for by the accountants in the budgetary organizations, there are noticeable gaps and differences which are somehow neglected.

Such is the case with the opportunity of the individual budgetary organization to generate its own income from its business activities. The accounting process itself is different from the one applied in the companies in the real sector.

Taking into account the scientific researches of other authors and the nature of the budgetary organizations the need of such kind of a research study becomes evident. Moreover, during the election campaign before this year's parliamentary elections we have heard businessmen and politicians to talk about all the possibilities and changes that can be made in the country, which however can not take place until the legislation, regulating the activities of budgetary organizations, is changed.

Keywords: *budgetary organizations, budget chart of accounts, dual education system, IPSAS 12.*

По време на предизборната кампания за парламентарни избори 2017 г., както и при всички останали предходни предизборни кампа-

нии през последните години, станахме свидетели на редица обещания, за изпълнението на които се налагат спешни промени в нормативната уредба и начина, по който функционират бюджетните организации. Дали държавните предприятия и техните служители не са способни да генерират свои, собствени за конкретната институция приходи (приходи от стопанска дейност), с които не само да се самофинансират, но и по този начин да се освободи паричен ресурс (резерв) в държавната хазна, или проблемът се крие другаде – нормативната уредба? Това е само един от въпросите, на които ще се опитаме да намерим решение в настоящата разработка, фокусът на която се поставя върху дейността на бюджетните организации, и по-конкретно на възможността за извършване на стопанска дейност от професионалните гимназии и висшите училища на делегиран бюджет.

1. Сметкоплан на бюджетните организации.

Счетоводството в предприятията от публичния сектор трябва да бъде цялостна и завършена по строеж и организация информационна и контролна система. Пълният и завършен обхват на счетоводната система, принципите, на които се подчинява нейното функциониране, имат съществено значение за изготвянето и изпълнението на държавния бюджет, осигуряването на финансова дисциплина и правилното провеждане на определената от правителството фискална политика. Тя трябва да осигурява спазването на основните принципи, определени и представени с държавния бюджет, за изпълнение на държавните функции и задачи – законосъобразност, целесъобразност, икономичност и публичност, като създава условия за ефективно проследяване на усвояването на бюджетните лимити.

Общите изисквания към организацията на счетоводството в предприятията от публичния сектор са обект на нормативно регламентиране в Закона за счетоводството (ЗС) и Закона за публичните финанси (ЗПФ). Съгласно чл. 164, ал. 1 от ЗПФ „Министърът на финансите утвърждава счетоводни стандарти и сметкоплан и дава указания на бюджетните организации, които следва да са в съответст-

вие със:

1. изискванията на Европейския съюз за отчетността, статистиката и бюджетирането на публичния сектор;
2. счетоводната рамка, принципите и концепциите на Методическото ръководство за държавна финансова статистика, издадено от Международния валутен фонд;
3. международните счетоводни стандарти за публичния сектор на Международната федерация на счетоводителите;
4. изискванията на българското законодателство по отношение на бюджетирането, отчитането на изпълнението на консолидираната фискална програма и управлението и контрола на средствата и разходите на бюджетните организации.“

Фесчиян (2013) логично поставя въпросът дали са изпълнени посочените законови изисквания като посочва, че „заложената в бюджетния сметкоплан структура от сметки, както и принципите и правилата за признаване, измерване, и класифициране на активите, пасивите, приходите и разходите в голяма степен са съобразени с концепциите и счетоводната рамка на Ръководството за държавна финансова статистика на Международния валутен фонд, както и на Системата на национални сметки на ООН и на Европейската система на национални сметки“ (Фесчиян, 2013, с. 14).

Както посочва и авторът, считаме че в структурата и съдържанието на бюджетния сметкоплан съществуват и редица несъвършенства, върху отстраняването на които трябва да се работи. Съществен недостатък е невъзможността на предприятията от публичния сектор да откриват нови синтетични сметки според спецификите на тяхната дейност и възникващата обективна необходимост, което безспорно ограничава възможностите на конкретната бюджетна организация при разработването на индивидуален сметкоплан. Този недостатък може да се редуцира чрез създаването на надеждна система за аналитично отчитане, която да бъде адекватна на структурата и обхвата на дейността на бюджетното предприятие. За съжаление и тази възможност е ограничена, тъй като не във всички случаи предприятията от публичния сектор имат възможност свободно да определят струк-

турата на аналитичното си отчитане, а по-скоро тя им бива предоставяна от по-горе стоящ разпоредител.

В специализираната литература съществуват изследвания, посветени на недостатъците на бюджетния сметкоплан, в които те са структурирани в две основни групи (Меразчиев, 2007):

- недостатъчна теоретична обосновааност на редица постановки и идеи на сметкоплана;
- недобри практически решения, които се отразяват негативно върху качеството на създадения счетоводно информационен продукт (Меразчиев, 2007, с. 73).

Без да претендираме за изчерпателност, бихме могли да изведем част от недостатъците в бюджетния сметкоплан, а именно:

- неточно класифициране и представяне на сметки за разходите в групата на сметките за приходите;
- липсата на възможност за представяне на разходите по функционално предназначение. В раздел 6 „Сметки за разходи“ са предвидени само сметки за отчитане на разходите по икономически елементи, а група 61 е с наименованието „Отчетна стойност на продадени запаси, дълготрайни активи и конфискувано и придобито от залог имущество“;
- като цяло липсват калкулационни и събирателно-разпределителни сметки, каквито в предприятията от реалния сектор са сметките 301 „Доставки“, 611 „Разходи за основна дейност“, 612 „Разходи за спомагателна дейност“, 613 „Разходи за придобиване на дълготрайни активи“, 614 „Административни разходи“, и т.н.
- липсата на операционно-резултатни сметки, по които да бъдат съпоставяни разходите и приходите от конкретни факти, явления и процеси;
- сметките за разходи и приходи директно се приключват в сметка 1201 „Изменение на нетните активи за периода“;
- недостатък на бюджетния сметкоплан са и непрецизно формулираните или прекалено дългите наименования на някои от сметките, което води до затруднение при избора на подходящата за съответния случай.

Всички изброени до момента недостатъци на бюджетния сметкоплан възпрепятстват процеса на точно и прецизно обхващане, групиране и калкулиране на разходите на бюджетните организации, което навежда на мисълта, че сметкопланът и самите бюджетни организации не са създадени с цел генериране на приходи от стопанска дейност, а по-скоро се цели следене на общата стойност на събраните приходи в полза на бюджета и общата сума на извършваните разходи, необходими за поддържане функционирането на самата организация и предоставяните от нея услуги в полза на обществото и бизнеса. Нещо повече, бизнесът критикува тази невъзможност на бюджетните организации, и по-точно гимназии и университети, да генерират собствени приходи и тяхната издръжка да не пада изцяло върху държавната хазна и данъкоплатците, което не е лишено от смисъл.

2. Стопанска дейност на бюджетните организации.

Един от най-значимите проблеми в счетоводството на предприятията от публичния сектор е свързан с отчитането на разходите за производство по стопански начин на продукцията и услуги, произлизащи от т.нар. „стопанска дейност“. Има се предвид липсата на кореспонденция между сметките от група 60 „Разходи по икономически елементи“ и група 65 „Разходи за придобиване на активи, текущ и основен ремонт по стопански начин“.

Първоначално всички разходи се отчитат по икономически елементи в сметките от група 60 и периодично, но поне веднъж тримесечно и задължително към края на годината се идентифицират разходите, установява се себестойността, която се отнася по съответните сметки за активи или незавършено производство чрез кредитиране на сметките от група 65. Информацията за салдата по тези сметки се представя в Министерство на финансите и след това се приключват директно в сметка 1201 „Изменение на нетните активи за периода“. Следва да отбележим, че този модел на отчитане се прилага в случаите на произведена собствена продукция, но в група 65 няма сметка за „идентифициране“ на разходите, генерирани в процес на

предоставяне на услуги на външни възложители. Ето защо изразяваме мнението, че този нормативен подход е лишен от икономическа логика, противоречащ на утвърдената счетоводна методология и практика за отразяване на информация по счетоводните сметки. Нарушават се правилата за отчитане по транзитните сметки от група 60 и отнасянето им по функционално предназначение. Некоректно е и приключването на сметките за разходите директно във финансовия резултат, при което е налице нетиране на разходи с разходи и не нужно завишаване на оборотите по сметка 1201. Възниква въпросът: Защо в предприятията от публичния сектор, където се предполага че контролът е най-засилен, се допускат такива отклонения от наложени се с годините основни методологични правила и добри практики, касаещи записванията по счетоводните сметки и отчитането на изключително съществени стопански операции каквито са тези, свързани с калкулиране себестойността на собствената продукция и услуги, тяхната последваща продажба и определянето на резултата от събитието? Всичко това следва да бъде променено, тъй като стопанската дейност, извършвана от бюджетните организации, води до реални промени в тяхното финансово и имуществено състояние. Независимо че е съпътстваща и допълнителна, и е „по-скоро изключение“ (Захариев, 2015, с. 243), тя е и неразривно свързана с предмета на основната дейност на тези предприятия. В съвременните икономически условия осъществяването на стопанска дейност от предприятията от публичния сектор е от изключително значение, тъй като по този начин те получават финансови постъпления, с които подпомагат цялостното функциониране не само на самите тях, но и на целия публичен сектор.

Едно от твърденията, които се опитват да обосноват настоящата методология на отчитане и счетоводните сметки в бюджетния сметкоплан е именно режимът на облагане с данък върху приходите от стопанска дейност на бюджетните предприятия, а не на облагане на печалбата, който е регламентиран в чл. 248-253 от Закона за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО). С данък върху приходите се облагат приходите от сделки по чл. 1 от Търговския закон (ТЗ), как-

то и от отдаване под наем на движимо и недвижимо имущество. Захариев (2015) правилно отбелязва, че „дейност по занятие“ съгласно чл. 1 от ТЗ включва сделки, от които бюджетната организация получава регулярни постъпления и упражнява тази дейност с цел реализиране на печалба. Това от своя страна означава, че постъпленията от епизодични, случайни продажби не се извършват „по занятие“ и излизат извън обхвата на облагаемите сделки“ (Захариев, 2015, с. 346). Считаме, че посоченият начин на облагане по никакъв начин не пречи на създаването на отчетност, подобна на тази на предприятията от реалния сектор, нещо повече – тя е належаща.

В писмо № 24001393/05.07.2004 г. на Главна данъчна дирекция се дава по-обстойно тълкуване и конкретни примери на разпоредбата на тогавашния чл. 2в от ЗКПО, които са относими към сега действащия закон. Там се посочва, че от съществено значение при прилагането на тази разпоредба е правилното определяне на стопанската дейност, която е пряко свързана с или е помощна за осъществяване на основната им дейност. Като пример бихме могли да посочим бюджетно предприятие, което е учебно заведение, пряко свързана или помощна стопанска дейност в случая ще е тази, която подпомага основната дейност – учебния процес, т.е. чрез извършваната от учебното заведение стопанска дейност се подпомага придобиването на знания и практически умения от учениците или студентите. Типичен пример е продажба на продукция, произведена от ученици по време на учебна практика – в случай, че училището попада сред посочените в чл.61, ал.1 от ЗКПО¹, тази стопанска дейност ще се счита за пряко свързана или помощна за осъществяване на основната (учебна) дейност на училището. В тази категория попадат голяма част от държавните и общински професионални гимназии, които разполагат с лаборатории и работилници.

По същият начин стои въпросът и с държавните висши училища, при които приходите от стопанска дейност могат да бъдат не са-

¹ В чл. 61, ал. 1 от ЗКПО 2004 г. са изброени научноизследователски бюджетни предприятия, държавни висши училища, държавни и общински училища от системата на народната просвета.

мо от производството на продукция, но и от авторски и лицензионни възнаграждения, договори за консултантски услуги, доходи от използване на движимо и недвижимо имущество и др.

Стимул за осъществяването на подобен вид дейност за научноизследователските бюджетни предприятия, държавни висши училища, държавни и общински училища от системата на народната просвета е възможността за преотстъпване на петдесет на сто от три процентния данък върху приходите от стопанската им дейност, която е пряко свързана с или е помощна за осъществяване на основната им дейност. Следва да се има предвид, че дейностите, които са източник на финансови средства за учебните заведения или научноизследователските бюджетни предприятия, но не са свързани и не подпомагат извършването на основната им дейност – обучение или научноизследователска дейност, не се считат за пряко свързани или помощни за осъществяване на основната им дейност. Такива са: отдаване под наем на недвижимо и движимо имущество; провеждане на квалификационни курсове на безработни лица или граждани със завършено средно образование; извършване на ксерокс услуги, разпечатване и подвързване на дипломни и курсови работи на ученици и студенти и т.н. За приходите от посочените дейности не се полага преотстъпване на част от данъка.

Много съществен аспект, в контекста на изложеното към момента, представлява и възнаграждението на участниците, пряко ангажирани с изпълнението на поет ангажимент (склучен договор) за възложен от бизнеса научноизследователски проект или проучване. Ако изпълнител е висше училище, то тогава неговите служители, пряко ангажирани за конкретната поръчка, се намират в трудови правоотношения с висшето училище и, с цел да бъдат възнаградени, с тях би могло да се сключи допълнително споразумение към основния им трудов договор. Що се отнася до включените в проекта докторанти и студенти, с тях биха могли да бъдат сключени граждански договори.

По друг начин стои въпросът ако изпълнителят е професионална гимназия, тъй като темата се оказва деликатна, а нормативната

уредба не регламентира категорично и детайлно възможността на учениците да получават възнаграждение за произведената продукция и/или оказаните услуги по време на своите практики и лабораторни занятия. В Раздел II от вече отменената Наредба № 24 за учебно-производствената дейност на учениците се посочва начина на „разпределение на приходите, получени от продажбата на изработената продукция и заплащането на извършените услуги“. По-конкретно, в чл. 42, ал. 1 е разписана технологията на разпределяне на чистия доход между всички участници в учебно-производствената практика, провеждана в учебно-производствени бази към учебните заведения. Става въпрос за ученици, преподаватели, инженерно-техническият персонал и т.н. Нещо повече, в нея се съдържат подробни указания за провеждане на задължителните практики, касаещи въпросите около документалното оформяне на взаимоотношенията между учебните заведения и предприятията – възложители. По такъв начин се гарантира задължителното провеждане на учебна практика, която е обвързана пряко с представители на бизнеса, което в крайна сметка води до генериране на доходи в полза на учебното заведение и самия ученик. Разбира се, посочената наредба се нуждае от редица промени и известна доза осъвременяване, но е добра база, върху която би могло да се работи, тъй като дори в сега действащия Закон за професионалното образование и обучение (ЗПОО) тези въпроси не са толкова подробно засегнати. В ал. 3, на чл. 31 от ЗПОО е записано, че „училищата могат да организират самостоятелно и/или кооперирано с юридически или физически лица производство на продукция и услуги, като се изпълняват държавните образователни изисквания за придобиване на квалификация по професии или документацията за професионално обучение на училището или на заявителя на професионалното обучение“. За възнаграждения, обаче, в ЗПОО не става дума, а този и редица други въпроси остават отворени. Въпреки това, намираме за положително въвеждането на т.нар. „дуално обучение“, регламентирано в чл. 17а от ЗПОО, но то, към този момент, има твърде ограничена реализация, тъй като зависи изцяло от интереса и възможностите на бизне-

са, а голяма част от него е представен от микро и малки предприятия. Ето защо трябва да се търси баланс във взаимоотношенията между бизнес и държава, за да може процесът на обучение да бъде издигнат на нужното ниво.

Заклучение

Въз основа на представените съждения се стига до извода, че възможностите и предпоставките за засилване стопанската дейност на бюджетните организации са налице. Не можем да отречем наличието на огромен потенциал в лабораториите и работилниците в гимназиите и висшите училища, който трябва да бъде използван. Последните трябва да бъдат модернизирани със собствени, държавни или частни инвестиции, или от фондовете на Европейския съюз. Това обстоятелство се поражда и от наличието на интерес от чуждестранни инвеститори, които се нуждаят от вече подготвени кадри, които се оказва че ние, на този етап, нямаме. Би било чудесно, ако още в средното образование се наложат практики, при които държавата, представители на малкия, средния и едрия бизнес и училищата поддържат близки контакти, при което не само в една модернизирана, високотехнологична среда да се обучават ученици и студенти, но и генерираните от техния труд продукция и услуги да намират реализация.

За да бъде изложеното до момента възможно, предстоят да бъдат направени редица промени в нормативната уредба на бюджетните организации, като например:

- да се премине към Международните счетоводни стандарти за публичния сектор;
- да се промени сметкопланът, като се добавят калкулационни, събирателно-разпределителни и операционно-резултатни сметки, познати ни от сметкоплана на предприятията от реалния сектор;
- да се възстанови кореспонденцията между сметките от групи 60 и 61, които да не се приключват директно във финансовия резултат, а да бъдат съпоставяни с приходите от продажба и едва след това да се приключат приходните сметки с 1201. По такъв начин ще

бъде генерирана информация относно резултата от стопанското събитие, което ще повиши полезността на генерираната по счетоводен път информация;

- да се промени нормативната уредба, така щото да бъдат ясно и детайлно разписани правилата, касаещи практиките, разпределението на приходите от стопанска дейност, и отношенията между професионалните гимназии, бизнеса и учениците.

Използвана литература

1. ДДС № 08/16.09.2014 г. - Допълнителни пояснения относно отчитането на определени операции, активи и пасиви в контекста на прилагането на Сметкоплана на бюджетните организации.

2. ДДС № 14/21.12.2007 г. - Годишното счетоводно приключване на бюджетните предприятия за 2007 г. и изготвяне на оборотни ведомости през 2008 г.

3. ДДС № 14/30.12.2013 г. - Сметкоплан на бюджетните организации.

4. ДДС № 16/23.12.2015 г. - Годишното счетоводно приключване на бюджетните организации за 2015 г. и някои въпроси, свързани с отчетността през 2016 г.

5. ДДС № 20/14.12.2004 г. - Прилагането на Националните счетоводни стандарти от бюджетните предприятия.

6. Дерменджиева, З., Иванов, М., Проданов, Г., Наръчник по бюджетно счетоводство, Нова звезда, София, 2012 г.

7. ЕТ „Апис – Ромил Колев“, наръчник по бюджетно счетоводство, 2009 г.

8. Закон за публичните финанси, изм. и доп. ДВ. бр.43 от 7 Юни 2016 г.

9. Закон за счетоводството, в сила от 01.01.2016 г.

10. Закон за професионалното образование и обучение, в сила от 01.01.2015 г.

11. Захариев, П., Георгиева, Д., и др., Бюджетно счетоводство, ИК “Гей-Принт“, Варна, 2015 г.

12. Иванова, З., Бюджетно счетоводство, Нова звезда, София, 2009 г.

13. Иванова, З., Наръчник по бюджетно счетоводство, Нова звезда, София, 2006 г.

14. Ималова, Д., Кънева, Т., Вечев, В., Бюджетно счетоводство (учеб-

но-методическо пособие), Свищов, 2012 г.

15. Косев, Д., Курс по счетоводство на бюджетното предприятие – трето основно преработено и допълнено издание, Ромина, 2008 г.

16. Меразчиев, В., Баташки, Г., Бюджетно счетоводство, Свищов, 2006 г.

17. Меразчиев, В., Баташки, Г., Ималова, Д., Бюджетно счетоводство, Свищов, 2013 г.

18. Меразчиев, В., Счетоводни аспекти на касовото изпълнение на държавния бюджет, Годишник на Стопанска академия „Д. А. Ценов“, том 109, Свищов, 2007.

19. Писмо № 24001393/05.07.2004 г. на Главна данъчна дирекция

20. Стоянов, С., Фесчиян, Д., Симеонова, К., Бюджетно счетоводство, ФорКом, 2005 г.

ОПОВЕСТЯВАНЕ НА ОЦЕНЪЧНАТА НЕСИГУРНОСТ ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ НА БАНКИТЕ

Надежда Попова-Йосифова
Икономически университет – Варна
nadia_popowa@ue-varna.bg

Abstract. An essential element of any accounting policy is the adopted rules of assessment, inclusive of the performed rough estimations and appraisals. The direction of any bank applies assumptions and appraisals which have an impact on the reporting of the assets, liabilities, income and expenses in the financial statements of the bank. The rough estimations performed in the bank accounting refer to the measurement of the fair value of the financial instruments; the financial assets impairment, mainly granting of credits; and assessment of the provisions for constructive or court payables, etc. The purpose of this article is to analyze the practices of leading banks in Bulgaria on the reporting of the applied rough estimations and appraisals in the annual financial statements. Emphasis is given to the application of the rules set out in International Financial Reporting Standard 13 (IFRS 13) Fair Value Measurement effective for the periods after 1 January 2013. According to the Standard, the banks apply three hierarchy levels depending on the inputs used to measure the fair value of the financial instruments. The fair value is defined as the price that would be received to sell an asset or paid to transfer a liability in an orderly transaction between market participants at the measurement date. In this sense, of special interest are the applied valuation techniques at Level 2 and Level 3 of the fair value hierarchy. Significant is also the problem relative to the credit impairment rules adopted by the bank, because these rules correspond to the credit risk management policy. As a whole, the adopted assumptions and appraisals in assessing the various accounting items in the banking operations affect the general assessment of the financial condition and the information the banks provide for supervisory purposes.

Keywords: *financial statements, banks, fair value*

Въведение

Прилагането на Международните стандарти за финансово отчетване (МСФО) и Международните счетоводни стандарти (МСС) от кредитните институции в България предполага прилагането на преценки и допускания, които влияят на оценяването на отчетните обекти и на тяхното представяне във финансовите отчети. От изключително значение за постигането на прозрачност на отчетите е качеството на оповестената информация относно приблизителните счетоводни преценки и източници на несигурност. В банковата дейност основни допускания и преценки се налага да бъдат възприемани главно при определяне на справедливата стойност на активи и пасиви, спрямо които тя се прилага, както и при обезценката (провиизирането) на предоставени кредити. Интересно е как банките прилагат изискванията на МСФО 13 Оценяване по справедлива стойност, приложим след 01 януари 2013 г. Затова основна цел на настоящия доклад е да се анализират оповестяванията на водещи банки в България (публични дружества и банки с висок размер на общите активи) относно определянето на справедливата стойност. Предстоящо предизвикателство е също така, прилагането на МСФО 9 Финансови инструменти, приложим за периоди след 01 януари 2018 г., като тук основния проблем за банките е прилагането на нов модел за обезценка на кредити на базата на очаквани загуби.

Литературен преглед и методи на изследване

През последните години все по-актуален е въпроса за взаимодействието между надзорната отчетност и финансовата отчетност. Тенденцията е хармонизиране на надзорните регулации с промените в Международните счетоводни стандарти. В тази връзка редица са изследванията, указанията и писмата на институциите за банков надзор. В резултат на събитията в хода на световната финансова криза през м. Юни 2008 г. Базелския комитет за банков надзор публикува изследване на тема: „Изчисляване и моделиране на справедливата стойност: оценка на предизвикателствата и уроци, научени от пазарния натиск” (2008). Банките разполагат с разнообразие от фи-

нансови инструменти, оценявани по справедлива стойност, и затова е важно те да въведат и поддържат разумно управление на риска и контролни процедури при измерването на справедливите стойности. В изследването се констатира, че разнообразието в подходите при оценяване, липсата на оповестявания за това как са били възприети тези подходи, неподходящото управление и контрол относно изчисляването на справедливите цени при някои банки, и непредвиденото ниво на натиск (пазарен) са фактори, които предизвикаха загуби в редица банки и допринесоха за недоверието към оповестяванията за някои сложни инструменти. Според Базелският комитет съществува необходимост от по-строги изисквания към оповестяванията, например: нужни са по-детайлни количествени оповестявания, висококачествени оповестявания относно предположенията за моделиране и процедурите за определяне на финансовите резултати, и т.н.

През месец Април 2009 г. бе публикувано „Ръководство за надзор върху практиките на банките за определяне на справедливата стойност на финансовите инструменти – финален документ” (2009). Ръководството съдържа принципи, които представят очакванията на Базелският комитет по отношение на банковата практика, като се насърчава засилен надзор относно оценяването. Основно се препоръчва използването на разнообразие от информационни източници, употреба на благонадеждни данни, предвиждане на достатъчно ресурси за оценъчния процес, използване на процедури за валидност и не на последно място последователност в оценъчните дейности за целите на рисковия мениджмънт и финансовата отчетност.

През месец Декември 2015 г. Базелският комитет публикува: „Ръководство относно кредитния риск и отчетността за очакваните кредитни загуби” (2015). Целта е да се дадат надзорни насоки за отчитане на очакваните кредитни загуби, които не противоречат на приложимите счетоводни стандарти, в т.ч. и на изискванията за обезценка на МСФО 9 Финансови инструменти. В този документ се акцентира, че ръководството на всяка една банка следва да приеме, документира и да се придържа към разумни методологии, които са насочени към политики, процедури и контрол за оценка и измерване

на кредитен риск за всички кредитни експозиции. Измерването на провизиите следва да се основава на тези надеждни методологии и да доведе до подходящо и навременно признаване на очакваните кредитни загуби в съответствие с приложимата счетоводна рамка.

Специалистите в банковата сфера намират връзка между определянето на справедливата стойност и капиталовата адекватност. Този въпрос е изследван от Гавин Кречмър, Аксел Кирчнър и Александър МакНейл (2009), мотивирани от световните банкови фалити в периода 2007 – 2009 г. Авторите предлагат интегрирана стохастична рамка за определяне справедливата стойност, за калибриране и интерпретиране на капиталовите ефекти върху банковото портфолио, за да се прогнозираят многовариантните рискови фактори.

Мери Барт и Уейн Лендсман (2010) изследват ролята на финансовата отчетност върху справедливата стойност, секюритизацията на активи, деривативите и провизиите за кредитни загуби по време на финансовата криза. Авторите твърдят, че отчитането по справедлива стойност играе малка роля или въобще не оказва влияние върху кризата. Но провизирането може да е допринесло за финансовата криза чрез неговото влияние върху процикличността и върху ефективността на пазарната дисциплина.

Кристиан Локс (2012) представя емпирично доказателство от неотдавнашната финансова криза за връзката между финансовото отчитане и финансовата криза. Някои от заключенията са следните: 1/ все още няма доказателства, че отчитането по справедлива стойност е причина за увеличените разпродажби на активи; 2/ емпиричните доказателства показват, че счетоводството и регулирането може да са допринесли за кризата, като позволяват на някои банки отложени действия.

Браян Брейтън, Моника Кашоли и Юрой Кан (2015) представят доказателства в полза на съвместната теза на Американския борд по счетоводни стандарти и Борда по Международни счетоводни стандарти, че прилагането на оценяване по справедлива стойност във финансовите отчети подпомага постигането на тяхната цел – да се осигури информация, полезна за вземане на решения относно бъде-

щото представяне на предприятията, в т.ч. банки.

За целите на настоящия доклад е извършено емпирично проучване на банковата практика на осем кредитни институции, лицензирани в България, като се включват четири публични банки и четири непублични банки, но включени в т.нар. „първа група“ към 31.12.2016 г. по най-голям размер на общите активи /по данни на БНБ/. Изследването е извършено чрез използване на сравнителен анализ, дедукция и синтез на базата на данни от годишните финансови отчети за периода 2013г. – 2016 г. на Българоамериканска кредитна банка, Първа инвестиционна банка, Тексимбанк, Централна кооперативна банка, Обединена българска банка, Банка ДСК, УниКредит Булбанк и Юробанк България. Анализирани са 30 на брой годишни финансови отчета.

Резултати и обсъждане

Вследствие на извършеното емпирично проучване се достигна до следните общи констатации за включените в изследването банки:

1/ анализираните кредитни институции се одитират от големи и известни в световен мащаб одиторски компании;

2/ в приложението към годишните финансови отчети като основни елементи на счетоводната политика са посочени общите правила за обезценка на кредити, както и политиката за оценяване по справедлива стойност в съответствие с МСФО 13 Оценяване по справедлива стойност;

3/ съществуват пояснителни бележки в отчетите за обезценката (провизирането) на предоставените кредити, като е представена съпоставителна информация поне за два отчетни периода;

4/ в резултат на прилагането на МСФО 13 Оценяване по справедлива стойност е представена подробна информация за определянето на справедливата стойност, като се описват трите йерархични нива, включващи наблюдавани и ненаблюдавани изходни данни. Повечето банки заявяват стремеж към употреба повече на наблюдавани данни, но тъй като в България е слабо развит пазара за определени финансови инструменти, често се налага и използването на

възприети от банките оценъчни методи и техники в условия на липса на пазарна информация. В тази връзка, преобладаващо в отчетите е представена подробна информация за т.нар. “ниво 3“, включваща детайлно описание на прилаганите методи и техники, както и в кои случаи се ползват и как се подбират външни оценители и консултански фирми;

5/ при банките е стартирал процес на оценка на ефектите от прилагане на МСФО 9 Финансови инструменти върху финансовото състояние и резултатите от дейността. Стандартът въвежда нови изисквания относно класификация и оценяване, обезценка и хеджиране. Повечето банки са предприели обучения на персонала, както и действия по съпоставка на текущо прилаганите правила с новите изисквания. Извършва се анализиране на паричните потоци и оценка на бизнес моделите в съответствие с банковите дейности.

Заклучение

Банковата дейност е съпроводена от рискове и несигурности, което рефлектира върху прилагане на приблизителни счетоводни преценки най-вече при определяне на справедливата стойност на активи и пасиви и обезценяването на кредитите. Включените в изследването публични банки и банки с голям размер на активите представляват предприятия от обществен интерес и техните годишни финансови отчети се характеризират с много добро равнище на оповестяванията относно оценъчната несигурност за периода 2013 г. – 2016 г. Тепърва предстои голямото предизвикателство – приложението на изискванията на МСФО 9 Финансови инструменти.

Използвана литература

1. Basel Committee on Banking Supervision (BCBS). (2008) Fair value measurement and modelling: An assessment of challenges and lessons learned from the market stress. Available from: <http://www.bis.org/publ/bcbs137.pdf> [Accessed 21/04/2017].
2. Basel Committee on Banking Supervision (BCBS). (2009) Supervisory guidance for assessing banks' financial instrument fair value practices. Available from: <http://www.bis.org/publ/bcbs153.pdf> [Accessed 21/04/2017].
3. Basel Committee on Banking Supervision (BCBS). (2009) Guidance on credit risk and accounting for expected credit losses. Available from: <http://www.bis.org/bcbs/publ/d350.pdf> [Accessed 21/04/2017].
4. Kretzschmar, G., Kirchner, A. and McNeil, A. (2009) An integrated framework for IFRS fair value accounting and institutional risk capital reporting. Available from: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1345159 [Accessed 20/03/2009].
5. Barth, M. and Landsman, W. (2010) How did financial reporting contribute to the Financial crisis? *European Accounting Review* 19, no. 3: p. 399-423
6. Laux, C. (2012) Financial instruments, financial reporting, and financial stability, Available from: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1991825 [Accessed 22/03/2012].
7. Bratten, B., Causholli, M. and Khan, U. (2015) Usefulness of fair values for predicting banks' future earnings: Evidence from other comprehensive income and its components. Available from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2165996 [Accessed 19/02/2016].

ИНФОРМАЦИОННА ПОЛЕЗНОСТ НА ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ НА НЕСТОПАНСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Любомира Димитрова

Икономически университет – Варна

lubomira_dimitrova@ue-varna.bg

Abstract. The specifics in structure and activity of non-profit organizations predetermines some specifics and particulars of persons, interested in the information in their financial statements. These are donors, beneficiaries, trustees, regulators, employees, volunteers, suppliers, banks and others. The information needs of those persons are different, so therefore necessary disclosure of heterogeneous information. Because of this practically impossible to satisfy the information needs of all user groups and should issue: Which of the following user groups to be primarily directed financial statements of non-profit enterprise?

Keywords: *non-profit enterprises, financial statements, financial statement users, information usefulness*

Въведение

Информацията, която счетоводството предоставя на съвременния етап от своето развитие, има подчертано социален характер - призвана е да служи не само на собствениците и ръководителите на предприятието, но и на лицата, пред които те са отговорни. Задоволяването на информационните потребности на последните е една от основните цели на финансовите отчети с общо предназначение.

Потребителите на информацията, съдържаща се в тях, са индивиди, групи или организации, сред които - представители на органите на управление, собственици, финансови институции и заемодатели, доставчици, потенциални инвеститори и кредитори, служители, клиенти и други длъжници, държавата, данъчни и регулаторни органи, обществото и др. Разнообразните и често противоречиви интереси на посочените потребители формират техните информационни

нужди и съответно – икономическите им решения. Това обстоятелство поражда основният практически проблем - финансовите отчети с общо предназначение имат за задача да задоволят множество и разнородни информационни потребности на заинтересованите лица. По тази причина, *представителите на органите на управление на предприятието следва правилно да определят кои от потребителите на информацията са с приоритет сред останалите, тъй като не всички имат еднакви ниво на стратегическо значение за организацията* (Manetti & Toccafondi, 2014)

Финансовите отчети с общо предназначение са насочени предимно към нуждите на инвеститорите и кредиторите, но възникват редица въпроси относно финансовите отчети на специфични отчетни единици като нестопанските предприятия. Особеностите в устройството и дейността им предопределят някои специфики на лицата, заинтересовани от информацията във финансовите им отчети. Основни в тази насока са следните:

1. **Нестопанските предприятия имат преразпределяща функция - използват имуществото си за задоволяване на конкретни частни и/или обществени потребности, а не за увеличаване на икономическата изгода (печалба).** Липсата на финансови резултати и неразпределението на печалби автоматично означава, че *в дейността им липсват инвеститори*. Както посочват Dawson и Dunn (2006), при тях печалбата „не е фокус“, т.е. отчетната информация има не само икономическо, но и социално и морално значение.

2. Значителна част от приходите на нестопанските предприятия възникват в резултат на особен вид източници на средства - ***финансиращите организации и дарителите*** (както физически, така и юридически лица).

3. Част от организациите с нестопанска цел осъществяват дейността си чрез ***лица, извършващи доброволен труд***.

4. **Един от основните потребители на информацията за дейността им са малките социални общности и обществото като цяло** поради специфичната дейност в обществена полза, насочена към проблемни и рискови социални групи.

Тези специфики предопределят и *състава на лицата, заинтересовани от информацията във финансовите отчети на нестопанските предприятия. В него се включват дарителите на средства и други финансиращи лица и организации (банки), доставчици, купувачи/потребители (бенефициенти) на продукти и услуги, служители и доброволци, обществеността, държавните регулатори, средства за масова информация и др.* Към състава на тези външни потребители на информация Flack (2007) добавя и професионалните организации, синдикати, работодателски групи, анализатори и съветници, групи със специални „милосърдни“ интереси (напр. за опазване на човешките права). Други изследователи (Kreander, Beattie & McPhail, 2009) се фокусират върху пет основни групи заинтересовани лица: донори, бенефициенти, попечители, регулаторни органи и служители.

Информационните потребности на тези лица също са разнопосочни, т.е. възниква необходимост от оповестяване на хетерогенна информация и съответно въпроса: Към коя от избраните групи потребители да бъде главно насочен финансовия отчет на нестопанското предприятие? В свое изследване Hansmann (1980) изразява становище, че това зависи от източниците за финансиране и контрол на нестопанските организации - дали тяхната дейност се финансира чрез дарения или осъществяване на стопанска дейност, както и според вида на регулиране - от страна на финансиращите или други лица. Други изследователи (Mitchel, Agle & Wood, 1997) разграничават потребителите на информация според това дали притежават атрибути на властта; степента, в която могат легално да наложат волята си спрямо нестопанските организации; степента, в която изискват незабавно задоволяване на потребностите си.

В ръководството си за финансовата отчетност на нестопанските организации, Института на дипломираните експерт-счетоводители в Австралия (Institute of Chartered Accountants in Australia (ICCA)) препоръчва нестопанските предприятия да определят своите основни потребители на информация в зависимост от техния брой, разно-

образие и местоположение. Противоположно е мнението на Woodward и Marshall (2004), които посочват, че организациите трябва да гарантират своето оцеляване и успех в дългосрочен план чрез прякото удовлетворяване на всички заинтересовани лица. Считаме, че това е практически трудно и всяко предприятие е свободно да установи различно ниво на приоритет и внимание относно отделните групи потребители, въз основа на задълженията си по закон, своята мисия, среда и дългосрочна стратегия. Споделяме мнението на Knox и Guar (2007), че донорите, бенефициентите, служителите и доброволците имат по-високо ниво на значимост в сравнение с по-малко стратегически значими лица като доставчици или финансиращите организации (банки).

В свое изследване Gurd и Palmer (2010), позовавайки се на проучване на Ebrahim, изграждат модел, представящ взаимоотношенията между организациите от нестопанския сектор и заинтересованите лица. В този модел последните са представени в четири основни групи: финансиращи организации, контролиращи организации, бенефициенти, частни дарители и широката общественост. В проучването си Gurd и Palmer констатираат, че бенефициентите формират най-важната група заинтересовани потребители на информация за дейността на нестопанските организации. Същевременно отчитат затруднение от страна на последните да удовлетворят информационните потребности на тази група, тъй като е необходимо оповестяването на значителна по обем нефинансова информация.

Същите автори достигат до заключението, че въпреки наличието на многобройни правила за отчетност и оповестяване на нестопанските предприятия са налице малко изследвания на характеристиките и влиянието на информационните потоци между тях и заинтересованите групи потребители. Като една от причините за това посочват честите промени в изискванията за оповестявания в сектора, свързани с хетерогенността на информацията, необходима на различните заинтересовани потребители. Същевременно отчитат факта, че нормативната регламентация и стандартизирането на счетоводните правила в тази насока е въпрос на обществен интерес и нагласа.

В специализираната литература все още се проучва текущото ниво на удовлетвореност сред различните заинтересовани потребители спрямо подходите и практиките за финансово отчитане и оповестяване на дейността на нестопанските предприятия. Изследванията установяват, че повечето заинтересовани потребители се стремят към нефинансова информация, а в действителност основна част от оповестената в отчетите информация е финансова. Това означава, че финансовите отчети съдържат информация, която по-трудно се възприема и анализира от по-широк кръг потребители. В тази връзка Nyndman (1990) достига до заключението, че опростените финансови отчети се разбират по-добре от лицата, заинтересовани от дейността на нестопанските предприятия.

Заключение

В обобщение могат да бъдат направени следните изводи:

1. С оглед на спецификата на дейността, осъществявана от нестопанските предприятия, в състава на лицата, заинтересовани от информацията във финансовите им отчети се включват дарителите на средства (частни лица, държавни институции) и други финансиращи лица и организации, доставчици, купувачи/потребители (бенефициенти) на продукти и услуги, служители и доброволци, обществеността, държавните регулатори, средства за масова информация, професионални организации, синдикати и др.

2. Информационните потребности на основните групи потребители на информация от финансовите отчети на нестопанските предприятия са разнопосочни, като за част от тях приоритетно значение има финансовата, а за други – оповестената нефинансова информация. На практика е невъзможно задоволяване на информационните потребности на всички групи потребители.

3. В научната литература липсва единно становище относно основните групи потребители на информация от финансовите отчети на нестопанските предприятия, задоволяването на чиито потребности да са приоритет за отчетните единици. По мнение на автора, основни потребители на информация са дарителите, бенефициентите,

ползващи услугите и продуктите от дейността на нестопанските организации, служителите и доброволците, поради по-високото им ниво на значимост за тези организации в сравнение с други групи потребители.

Използвана литература

1. DAWSON, I. & DUNN, A. (2006). Governance codes of practice in the not-for-profit sector. *Corporate Governance*. 14 (1). p.33–42.
2. FLACK, E.(2007) The role of annual reports in a system of accountability for public fundraising charities. PhD. Thesis. Queensland University of Technology, [Online]. Available from: http://eprints.qut.edu.au/16362/1/Edmund_Flack_Thesis.pdf [Accessed: 6/2/2017]
3. GURD, B., PALMER, P. (2010). Exploring Accountability Relationships in the NFP sector. [Online]. Available from: https://www.researchgate.net/publication/265045884_EXPLORING_ACCOUNTABILITY_RELATIONSHIPS_IN_THE_NFP_SECTOR [Accessed 10/2/2017]
4. HANSMANN, H. B (1980) The role of non-profit enterprise. *The Yale Law Journal*. 89 (5). p. 835-901
5. HYNDMAN, N. (1990) Charity Accounting - an Empirical Study of the Information Needs of Contributors to UK Fund Raising Charities. *Financial Accountability & Management*. 6 (4). p. 295.
6. KNOX, S., & GRUAR, C. (2007). The application of stakeholder theory to relationship marketing strategy development in a non-profit organization. *Journal of Business Ethics*. 75 (2). p. 115–135.
7. KREANDER, N., BEATTIE, V. & MCPHAIL, K. (2009) Putting Our Money Where Their Mouth Is: Alignment of Charitable Aims with Charity Investments - Tensions in Policy and Practice, *The British Accounting Review*. 41 (3), p. 154-168.
8. MANETTI, G. & TOCCAFONDI, S.(2014) Content of Sustainability Reports in Nonprofit Organizations: Do Stakeholders Really Matter?. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. 26 (1). p.35.
9. MITCHELL, R.K., AGLE, B.R., & WOOD, D.J. (1997) Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts". *The Academy of Management Review*. 22 (4). p. 853-886
10. WOODWARD, S., & MARSHALL, S.(2004) The more the merrier: Stakeholders in not-for-profit companies. *Third Sector Review*. 10 (1). p.101–128.

ТЕНДЕНЦИИ В ДОХОДНОТО НЕРАВЕНСТВО В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ПЕРИОДА 1993-2015 г.

Силвия Братоева-Манолева
Икономически университет – Варна
smanoleva@ue-varna.bg

Abstract. The study aims to analyze trends in income inequality in Bulgaria in the period 1993-2015. The transition from centrally planned to market economy during the last decade of 20th century led to a restructuring of the Bulgarian economy, which was connected with significant changes in the distribution of household income and sharp rising in income inequality. The analysis shows that high income inequality continues in the years after the transition until now which has been a growing concern for normal social and economic development of the country.

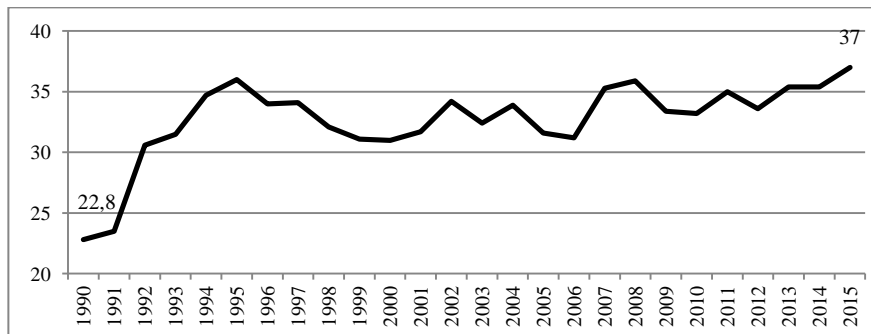
Keywords: *household income, income inequality, factor decomposition*

Икономическото развитие на България след 1990 г. е съпътствано със значително нарастване на доходното неравенство. Преходът от централно-планова към пазарна икономика и изграждането на пазарни механизми на формиране и разпределение на доходите, довежда до реструктуриране на доходите на домакинствата, както и до количествени и структурни изменения в доходното неравенство. В резултат от това, страната ни се нареди на едно от първите места по неравенство в доходите в рамките на Европейския съюз.

Целта на настоящото изследване е да проследи динамиката на доходното неравенство в България през периода 1993-2015 г. като анализира диференциацията в общия доход на домакинствата и в отделните източници на доходи.

През периода 1990-2015 г. доходното неравенство в България чувствително нараства, въпреки наличието на циклични колебания в

неговото развитие. Фигура 1 показва динамиката в коефициента на Джини, който е един от основните измерители на диференциацията в доходите. От графиката е видно, че коефициентът на Джини се увеличава с над 14 процентни пункта или с около 62% през последните 25 години.



Фигура 1. Коефициент на Джини за България за периода 1990-2015 г.

Източник: Национален статистически институт

Най-рязко повишаване на доходното неравенство се наблюдава през първите пет години на прехода и това е отражение на задълбочаващата се икономическа криза, обхванала страната в началото на 90-те години. Либерализацията на стопанската дейност, структурните промени, сривът в производството и създаването на мащабна скрита икономика, водят до реструктуриране на доходите, обедняване на широки слоеве от населението и нарастване на неравенството през този период. Пикът на доходната диференциация е през 1995 г., когато коефициентът на Джини е 36. В периода 1996-2000 г. доходното неравенство намалява и през 2000 г. коефициентът на Джини е 31. От 2001 г. до 2006 г. се наблюдава колебливо изменение в доходната диференциация и през 2006 г. коефициентът на Джини има същите стойности като през 2000 г. През периода 2007-2015 г., коефициентът на Джини нараства спрямо предходните години и стойността му през 2015 г. е 37.

Тенденциите в общото доходно неравенство са резултат от промените в структурата на доходите на домакинствата, както и от ди-

ференциацията на отделните източници на доходи. За да се проследи неравенството в разпределението на отделните източници на доход и влиянието им върху общото доходно разпределение, в настоящото изследване е използвана методологията на Пиат, Чен и Фей (1980)¹ за декомпозиране на неравенството по източници на доход.

Промените в диференциацията на различните източници на доход могат да бъдат представени с помощта на техните концентрационни коефициенти за периода 1993-2015 година (таблица 1). В действителност концентрационните коефициенти представляват коефициентите на Джини за отделните източници на доход и показват неравномерността в тяхното разпределение.

От таблица 1 е видно, че в началото на периода най-неравномерно разпределените източници на доходи са приходите от продажби, но тяхната концентрация чувствително намалява през годините.

Таблица 1.

Коефициенти на концентрация по източници на доходи за периода 1993-2015 г.

	Вид доходи	1993	1995	1998	2000	2003	2005	2008	2010	2013	2015
1	Работна заплата	0,33	0,29	0,32	0,36	0,33	0,34	0,38	0,37	0,42	0,39
2	Извън раб. заплата	0,24	0,23	0,20	0,22	0,24	0,28	0,27	0,26	0,34	0,21
3	От самостоятелна заетост	0,22	0,34	0,44	0,38	0,34	0,43	0,38	0,35	0,43	0,43
4	От собственост	0,68	0,53	0,58	0,58	0,59	0,59	0,68	0,68	0,74	0,68
5	Пенсии	0,05	0,07	0,06	0,15	0,13	0,13	0,05	0,15	0,07	0,09
6	Обезщетения за безраб.	-0,05	-0,09	-0,02	-0,03	-0,09	-0,06	-0,09	-0,15	0,02	0,10
7	Семейни доб за деца	-0,03	-0,04	-0,04	-0,05	-0,19	-0,20	-0,23	-0,24	-0,31	-0,33
8	Др. соц. помощи	0,08	0,02	0,11	0,02	0,15	0,17	0,21	0,17	0,10	0,14
9	От домашно стопанство	0,55	0,64	0,54	0,45	0,53	0,51	-	-	-	-
10	Рег. трансфери от други домакинства	-	-	-	-	-	-	0,38	0,39	0,29	0,32
11	Приходи от продажби	0,78	0,84	0,68	0,75	0,84	0,82	0,65	0,61	0,72	0,33
12	Други приходи	0,35	0,38	0,34	0,35	0,36	0,37	0,44	0,36	0,51	0,36

Източник: Изчисления на автора по данни на НСИ – “Бюджети на домакинствата в Република България”

¹ PYATT, G., CHEN, C. and FEI, J. (1980) The Distribution of Income by Factor Components. *Quarterly Journal of Economics*. 95(3)

От таблица 1 е видно, че в началото на периода най-неравномерно разпределените източници на доходи са приходите от продажби, но тяхната концентрация чувствително намалява през годините. Доходите от собственост имат висок концентрационен коефициент през целия период и през 2015 г. те са най-неравномерно разпределените доходи в полза на високодоходните групи от населението (коефициентът на концентрация на този вид доходи през 2015 г. е 0,68). Диференциацията на доходите от самостоятелна заетост значително нараства през годините и в края на периода техният коефициент е по-голям от коефициента на Джини за общото доходно неравенство.

Концентрационният коефициент на доходите от работна заплата също нараства от 0,33 през 1993 г. на 0,39 през 2015 г. През първите години на анализирания период до 1998 г. коефициентът на концентрация на този вид доходи е по-малък от коефициента на Джини, т.е. доходите от работна заплата са по-равномерно разпределени от общия доход на домакинствата, но от 1998 г. насам тенденцията се преобръща и диференциацията на доходите от работна заплата става по-голяма от тази на общия доход.

Концентрационните коефициенти на четирите групи социални трансфери през анализирания период са по-малки от коефициента на Джини за общото доходно неравенство, т.е. всички видове трансфери съдействат за намаляване на доходното неравенство. Семейните добавки за деца са единствените източници на доходи с отрицателен коефициент на концентрация през целия период, което означава, че те са съсредоточени в долната част на доходното разпределение. Концентрационните коефициенти на обезщетенията за безработица през периода 1993-2010 г. също са отрицателни, но след 2010 г. те стават положителни и намаляващия доходното неравенство ефект на тези трансфери отслабва. Пенсиите и другите социални помощи имат положителни коефициенти на концентрация, чиито стойности нарастват през периода 1993-2015 г. Въпреки това в края на периода тяхната концентрация продължава да е сред най-ниските и те заедно с обезщетенията за безработица са най-равномерно разпределените

източници на доходи.

Ефектът, който отделните източници на доход имат върху общото доходно неравенство зависи не само от разпределението им сред различните доходни групи, но и от дела на всеки източник в общия доход на домакинствата. Комбинираният ефект от тяхното влияние може да бъде представен чрез изчисляването на т.нар. приноси на отделните източници на доходи в общото доходно неравенство (таблица 2).

От таблица 2 е видно, че доходите от работна заплата имат най-голям принос за общото доходно неравенство, като с времето значимостта на този вид доходи нараства и през 2015 г. те формират около 73% от общото неравенство. Причините за това са нарастващия коефициент на концентрация и увеличаването на дела на доходите от работна заплата в общия доход (от 43% през 1993 г. на 55% през 2015 г.).

Таблица 2.

Принос на отделните видове доходи за общото доходно неравенство, 1993-2015 г.
(%)

	Вид доходи	1993	1995	1998	2000	2003	2005	2008	2010	2013	2015
1	Работна заплата	45,2	31,1	40,4	45,1	41,2	47,1	66,4	65,4	68,5	72,9
2	Извън раб. заплата	1,9	1,9	2,0	3,7	2,8	3,6	4,5	1,9	4,0	2,3
3	От самостоятелна заетост	1,7	2,8	5,9	5,5	4,4	6,1	10,0	7,5	9,1	10,4
4	От собственост	1,3	0,8	1,4	1,4	1,1	1,4	2,0	1,8	2,5	1,3
5	Пенсии	2,6	2,6	3,1	10,1	8,2	8,9	3,8	15,4	5,4	7,8
6	Обезщетения за безраб.	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,2	-0,1	-0,1	-0,3	0,0	0,1
7	Семейни добавки за деца	-0,2	-0,1	-0,1	-0,1	-0,3	-0,5	-0,5	-0,7	-0,7	-1,0
8	Др. социални помощи	0,4	0,1	0,3	0,1	0,6	1,1	2,2	1,1	0,5	1,0
9	От домашно стопанство	35,1	48,8	34,8	23,9	29,5	21,8	-	-	-	-
10	Рег. трансфери от други домакинства	-	-	-	-	-	-	1,5	1,2	0,9	1,3
11	Приходи от продажби	1,8	2,1	0,7	1,1	1,7	1,5	4,8	2,0	2,5	0,7
12	Други приходи	10,2	10,3	11,5	10,0	10,6	9,0	6,2	4,7	7,1	3,3

Източник: Изчисления на автора по данни на НСИ – “Бюджети на домакинствата в Република България”

Приносът на доходите от самостоятелна заетост чувствително нараства в периода 1993-2015 г. През 1993 г. само 1,7% от доходното неравенство се дължи на този вид доходи, докато през 2015 г. приносът им надхвърля 10%. В началото на периода, дялът на доходите от самостоятелна заетост в общия доход е много малък – 2,4% през 1993 г. (това е нов източник на доходи за икономика в преход), а през 2015 г. те формират 7,2% от доходите на домакинствата. Всичко това показва нарастващата им значимост за общото неравенство при вече изградена и функционираща пазарна икономика.

Въпреки, че доходите от собственост са най-неравномерно разпределените доходи, техния принос към общото неравенство е между 1% и 2% през целия период и това се дължи на изключително малкия им дял (под 1% дял) в общия доход. Същото се отнася и за приходите от продажби.

Приносът на пенсиите в общото доходно неравенство нараства от 2,6% през 1993 г. на 7,8% през 2015 г. Той е положителен защото, въпреки че през целия период пенсиите са по-равномерно разпределени от общия доход, все пак е налице диференциация в полза на горната част от доходните групи. Нарастването на приноса на пенсиите се дължи на увеличаването на дела им в общия доход (от 16% през 1993 г. до 26% през 2015 г.) в резултат на застаряването на населението. Семейните добавки за деца са единствените доходи, които през целия период имат отрицателен принос за общото доходно неравенство и това се дължи на отрицателния коефициент на концентрация.

Направеният анализ може да послужи при подбора на мерки и политики, свързани с редуциране на доходното неравенство и постигане на оптимална доходна диференциация, които да благоприятстват икономическото развитие на България и да подобрят благосъстоянието на населението.

Използвана литература

1. Бюджети на Домакинствата на Република България (1990-2015).
София: Национален Статистически Институт.
2. Коцева, М. (1999) Възможности за Изследване на Факторната
Обусловеност на Подходната Диференциация на Населението. *ст. Статистика*. бр 1. стр.3-15.
3. PYATT, G., CHEN, C. and FEL, J. (1980) The Distribution of Income
by Factor Components. *Quarterly Journal of Economics*. 95(3).
4. RANI, U. and FURRER, M. (2016) Decomposing income inequality
into factor income components: Evidence from selected G20 countries. *ILO
Research Paper*. No. 15

ПРОБЛЕМНИ МОМЕНТИ ПРИ ДЕФИНИРАНЕ ОБХВАТА НА ПОНЯТИЯТА „СЕЛСКОСТОПАНСКА ПРОДУКЦИЯ“ И „БИОЛОГИЧЕН АКТИВ“

Ивайло Маноилов

Икономически университет – Варна

tonchev@ue-varna.bg

Abstract. The correctly identify, presentation and disclosure of the specific reporting items concerning agriculture needs understandable terminology. For the purposes of disclosure and presentation of biological assets and agricultural produce in this publication have highlighted the problems and disadvantages of definitions introduced by both IAS and NAS. As a result of contributions and findings of leading authors have made proposals for new more complete and understandable definitions of biological assets, agricultural produce, bearer biological assets and consumable biological assets. To achieve the above results was carried out survey and analysis as well as the current versions of the applicable accounting bases and the previous applied in the past. It is conducted a review of scientific literature mainly Bulgarian authors.

Keywords: *biological asset, agricultural products, bearer biological assets, consumable biological assets, agriculture.*

За нуждите на представяне на отчетните обекти, свързани със селскостопанската дейност (биологичните активи и селскостопанска продукция) в България са приложими Счетоводен стандарт (СС) 41 Селско стопанство или Международен счетоводен стандарт (МСС) 41 Земеделие. Посредством тях се дефинират основни понятия, приложими методика и изисквания за представяне и оценка на биологичните активи и добитата от тях селскостопанска продукция. Настоящия доклад има за цел обзор на използвания понятиен апарат от приложимите счетоводни бази. В резултат на това се очаква откроя-

ване на различията, пропуските в дефиниции и извеждане на нови по-пълни и по-коректни дефиниции.

СС 41 Селско стопанство акцентира върху отчетни обекти, като биологични активи, селскостопанска продукция, правителствени дарения свързани с биологични активи, т.е. обхватът на стандарта е изцяло насочен към специфичните отчетни обекти за селското стопанство. Основополагащо понятие в стандарта е понятието „биологичен актив“. Редица автори, като Рупска Т. [5] в своите изследвания твърдят, че това е едно ново понятие за счетоводството и счетоводната отчетност, въведено през 90-те години на миналия век. Според Г. Герганов [2] „в определени случаи в счетоводните стандарти няма яснота кои активи могат да се отчитат като биологични.“. В съдържателен аспект, дефиницията акцентира върху две категории: животно и растение, както и върху качествената характеристика „живо“. Според Koshland Jr, Daniel E. [3] „Живо“ е способността на всяко същество да извършва биологични процеси; онези които са неспособни да извършват тези процеси са мъртви или неживи, тъй като никога не са ги извършвали. Основавайки се на последното твърдение, може да се заключи, че към живите животни и растения се числят не само онези, които дишат и фотосинтезират, но и тези, които са в биологичен престой и не показват признаци на такива. В своя публикация Рупска Т. [6] обръща особено внимание на въпроса „Интересен е въпросът дали снасянето на яйцето от птицата е процес на получаване на продукцията или процес на размножаване“. Отговорите, които дава тя са двупосочни, основаващи се на разбирането за икономическата същност. Ако яйцата ще се използват за продан, икономически обосновано е те да се третират като селскостопанска продукция. Но ако ще се използват за излюпване на нови птици, налице е процес на размножаване, възпроизводство и следва те да се третират като биологичен актив. В групата на живите растения могат да се посочат и посевите с едногодишни култури, масивите с овощни и лозови насаждения, от които се очаква получаването, прибирането на добиви/продукция. Следователно, в обхвата на дефиницията на понятието „биологичен актив“ могат да се включат не само

дребните животни, добитъка, трайните насаждения встъпили в плодоваща възраст, но и всички онези биологични обекти, показващи признаци на живот и способност за извършване на биологична трансформация. С така изложеното по-широко разбиране за обхвата на понятието „биологичен актив“ се пораждаат проблеми за счетоводната отчетност, свързани с представянето и оценката на тези активи.

Теодора Рупска [5] отбелязва, че „при класификацията на ресурсите на предприятието следва да се ръководим от техните икономически характеристики, а не от тяхната счетоводна интерпретация“. Сериозен недостатък, сочен и от други автори като Г. Герганов [1] е липсата на легални дефиниции, включващи в себе си особеностите за признаване на един актив, като биологичен и характерните черти, които трябва да притежава, за да бъде определен, като дълготраен или краткотраен. Авторът прави и предложение за дефиниция. Слабост на предложената дефиниция за краткотрайни активи с биологичен произход е не упоменаването на растенията в нея. С цел елиминиране на този недостатък може да се предложи следната редакция на дефиницията: „краткотрайни биологични активи са живите животни и растения, придобити и контролирани от предприятието, в резултат на минали събития от обичайната му стопанска дейност, от управлението на които очакваната икономическа изгода се черпи еднократно или в рамките на дванадесет месеца“.

Второто понятие, определящо предмета на стандарта и спецификата на селскостопанската дейност е „селскостопанска продукция“. Съгласно параграф 2, на СС 41 тя се дефинира като „първоначално придобит полезен продукт от биологичните активи на предприятието, които се идентифицира като отделен актив в момента на отделянето му от биологичния актив“. Тук основополагащото е понятието „полезен продукт“, което само по себе си дава възможност за попадане в обхвата му не само на онази продукция невъзможна да извършва биологична трансформация, но и на продукцията като семена (явяващи се посевен материал), новородените животни и др. Това от своя страна поражда конфликтни точки между двете основополагащи понятия и възможност за класификация на един отчетен обект

и в двете групи. Съблюдавайки маркираните недостатъци от по-горе упоменатите автори и предложенията за тяхното елиминиране бе изведена следната дефиниция „Като биологичен актив се класифицира всяко живо животно или растение предназначено за самовъзпроизводство или производство на селскостопанска продукция, като последната (селскостопанска продукция) е всеки отделен самостоятелен продукт от биологичен актив предназначен за последваща употреба несвързана пряко със самовъзпроизводство и/или отделяне на селскостопанска продукция. За класифицирането им на нетекущи/дълготрайни или текущи/краткотрайни се прилагат разпоредбите на СС 2 и СС 16.“

Идентични са проблемите, касаещи обхвата на понятийния апарат съществуващ в приложимите МСС/МСФО, в частност МСС41 Земеделие. Особеното и различното при тази счетоводна база в сравнение с НСС е класифицирането на биологичните активи на „биологични активи носители“ и „биологични активи за потребление“. Съгласно действащият до Януари 2016г. МСС41, в него съществуваше дефиниция единствено за „биологичните активи за потребление“. От влезлия вече в сила редактиран МСС41 е направен опит за въвеждане на дефиниция и за „биологични активи носители“, което дава една по-голяма яснота относно въведената класификация изисквана за прилагане при оповестяване в годишните финансови отчети. Основната идеология за тези две понятия може да се търси в опита за даване на предпоставки и предимство на икономическата същност при класифициране на онези специфични обекти, които могат да бъдат класифицирани както, като биологичен актив, така и като селскостопанска продукция. С новоприетите изменения [4] в МСС16 и МСС41 и влизането им в сила от 01.01.2016г. биологичните активи носители, като трайни насаждения (лозови масиви, овошки и др.) излизат от обхвата на МСС41 и преминават в обхвата на МСС16 относно тяхното признаване, първоначална и последваща оценка. С новите си редакции се въвежда определение за понятието „растение носител“. В резултат на изведените проблеми, новите редакции на МСС и извършения анализ на част от научната литература

могат да се предложат следните дефиниции за дискутираните термини:

- „биологичните активи за потребление“ са биологични активи, носещи еднократно икономическа изгода, независимо от протеклия стопански процес (добиване на селскостопанска продукция, водещо до погиване на актива или директна продажба като биологичен актив), както и добитата селскостопанска продукция;

- „биологични активи носители“ авторовото виждане е, че това са биологични активи, способни многократно да дават селскостопанска продукция, без необходимост от тяхното погиване при отделинето ѝ.

Заклучение

В заключение на настоящата публикация може да се обобщи, че както счетоводната нормативна уредба подготвена и утвърдена от местните счетоводни тела и Министерството на финансите притежава редица недостатъци, така и Международните Счетоводни Стандарти притежават такива. Характерно е че и при двете счетоводни бази проблемите са сходни касаещи основният понятиен апарат имащ основополагащо значение за разбирането на цялостните тела на стандартите и тяхното прилагане като идентифициране и оповестяване специфичните отчетни обекти – биологични активи и селскостопанска продукция. В опит за отстраняване на същите в настоящата публикация бяха изведени предложения за дефиниране на понятия като: биологичен актив, селскостопанска продукция, биологични активи носители и биологични активи за потребление. Считам, че с настоящите текстове ще бъде провокирана научната общност за началото на дискусия относно маркираните проблеми.

Използвана литература

1. Averkovich ,E., Gerganov, G., “Schetovodno otchitane deynostta na zemedelskite kooperatsii i sdruzhenia“, “Pluton-1“, Plovdiv, 2004yr., str.3
2. Gerganov, G., „Problemi pri organizatsiyata na analitichnoto otchitane i otsenyavaneto na biologichnite aktivi“, j.“Balgarski schetovoditel“, nbr.4/2005yr., str.9
3. Koshland Jr, Daniel E.. The Seven Pillars of Life. //Science 295 (5563). March 22.2002
4. REGLAMENT (ES) № 2015/2113 ОТ 23 Noemvri 2015yr.(OV, nbr.L 306 от 24.11.2015yr.), Publikovano ot SMSS na 30.06.2014yr., data na vlizane v sila 01.01.2016yr.
5. Rupska, T., "Kratkotraynite biologichni aktivi kato obekt na schetovodnoto otrazyavane", nauchni trudove na UNSS, 1/2009yr., UE "Stopanstvo", str.155-186
6. Rupska, T., „Otchitane na biologichnite aktivi“, izd. „ForKom“, 2008yr.

СОЦИАЛНИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ПРОБЛЕМИ НА ФИЗИЧЕСКОТО ВЪЗПИТАНИЕ И СПОРТА В БЪЛГАРИЯ

Димитър Димитров
Икономически университет–Варна
dd_xero@abv.bg

Abstract. The aim of the report is to make a historical overview of the social and institutional problems of the physical education and sport in Bulgaria from the 50s of the XX century until today. The main point is the process of structuring and restructuring of the system of the sport in the context of the administrative reform over the years and its connection with the European policy. The actuality of the theme is determined by the changes in the sports policy in our country, which is synchronized with that of the European Union in encouraging the people to be involved in sports activities. Sport is defined as an integral part of the social, educational, cultural and public policy in the country. The report presents an analysis of the sports policy. It is expressed in the survey in literary sources and regulations by which is monitored the institutional and social development the physical education and sport in Bulgaria

Keywords: *physical education, sport, national system, policy, management, mass character, sports mastery, European policy.*

Въведение

В исторически план водещият световен опит доказва, че високи и стабилни позиции в големия спорт са възможни само в рамките на т.нар. модерни системи за физическо възпитание и спорт, които създават необходимите условия за развитие на високото спортно майсторство.

От друга страна съвременното общество се характеризира със стремително развитие на технологиите, в резултат на което се ограничават физическите усилия. Това води до един от най-големите парадокси на нашето време – умствено и духовно развитие, съпътства-

но от хронично обездвижване.

Ето защо *основна цел на настоящото изследване е да се открият основните социални и институционални проблеми на физическото възпитание и спорта в България.*

Материали и методи

В настоящия обзорен доклад са използвани методите на литературния обзор по третираната проблематика, на ситуационния анализ и научния синтез. Представени накратко и коментирани са становищата на водещи български учени като Ценов, Карова и др. Изследвани са редица документи като Националната програма за развитие на физическото възпитание и спорта 2013, Националната стратегия за развитието на физическото възпитание и спорта 2010-2020, проучване на НСИ 2008 г., проучване на Евробарометър. Проучени са данни от Централния Държавен Архив – София.

Резултати и обсъждане

В края на 40-те години на XX век по съветски образец целият ни спорт се поставя под ръководството на държавата и на партията (БКП). Националната система за физическо възпитание и спорт става разгъната структура, която е ресурсно осигурена от държавата с кадри, спортна инфраструктура и финансиране.

Институционализирането в областта на спорта започва още през далечната 1945 г., когато е създадена Дирекция за физическа култура и спорт към Министерството на народното здраве. Тя е подпомагана от окръжни, околийски физкултурни служби по места. Главната ѝ цел е да постави материална основа за научното изграждане и демократизиране на физическата култура (Карова, 2012:4). Българското Правителство в този период, оценявайки значението и ролята на физическата дейност и спорта, като част от възпитанието на младото поколение, поема държавна грижа за него. През 1948 г. към Министерски съвет се създава „Върховен комитет за физическа култура и спорт“ (ВКФВ) с права на единен държавен и обществен орган в областта на физическата култура (Централния Държавен Архив – София).

През август 1949 г. Правителството взема решението и въвежда във висшите учебни заведения като задължителна дисциплината „Физическо възпитание“. Идеята е, обхващайки младото поколение от университетите, като се използват средствата и методите на физическото възпитание, да се спомогне за създаването на всестранно развити граждани, готови да работят за политическото, икономическото и културното развитие на нацията.

Изграден е „Централен научно-изследователски институт по физическа култура и спорт“, който имал за задача да разработва самостоятелно или съвместно с други институти основни проблеми в областта на физическото възпитание и спорта.

През 1957 г. се извършва обединение на съществуващите различните спортни структури в единна спортна организация под името Български съюз за физическа култура и спорт (БСФС). Той става приемственик на всички ръководни органи в областта на спорта до този момент. С този акт се прави опит да се разграничат функциите на държавата от тези на спортните организации. Държавата предоставя по-голямата част от своите функции в спорта на съюза - част от развитието на науката, т.е. приложната наука, преподаването и квалификацията на управленските и треньорските кадри, формирането на националната стратегия и на националната спортна система (Капитанов, Минков. 1968:5-7.).

През 1968 г. се създава Комитет за младежта и спорта (КМС), с цел: „Да се създаде необходимата координация в работата на държавните органи и обществени организации по въпросите на младежта и спорта, да се разшири материално-техническата база за възпитанието на младежта и се съдейства за още по-активното и участие в изграждането на социалистическото общество в НРБ.“ (Карова, 2012:58). За пръв път се създава обществено-държавен орган в областта на спорта, с ранг на министерство, което говори за издигане значимостта на въпросите, свързани с развитието на младежта и спорта по това време. След 8 годишен период на съществуване обаче, през 1976 г. е прекратена работата на КМС и неговите компетенции са преминали отново към БСФС. БСФС просъществува до 1991

година, с което се слага краят на златния век на спорта. За периода на своето управление този общественно-държавен орган изгражда един от водещите световни модели за организация и управление на масовата физическа култура и спорт, наред с олимпийска подготовка. Изградена е мощна спортно-материална база, научна и научно-приложна дейност, учебно-възпитателна и спортно-тренировъчна дейност, осъществен е подбор и са изградени спортисти от световно ниво. България става призната световна спортна сила.

Вследствие на настъпилите в обществото политически, икономически и социални промени след 1991 г., Системата за физическо възпитание и спорт е принудена да се развива в нова обстановка, характеризираща се с децентрализация и значително по-малки ресурсни възможности. Прилагат се икономически и организационни реформи, които обхващат структурата на управление и финансиране на спортната дейност у нас. Липсата на ясни правила създава съществени трудности на действащите спортни структури в адаптирането им към новата ситуация на пазарна икономика. Новата система на управление механично отхвърля действащите практики от миналото без да бъде направена точна и ясна преценка дали те са добри или лоши. Така в новата ни история политическия елит ликвидира общественото начало и извежда органите за управление на спортната дейност в частно-обществения сектор. Резултатът като цяло е негативен. Европейската агенция за изследвания „Евробарометър“ в свое проучване констатира 20 години след въвеждането на новата спортна политика в страната, че физическата активност на гражданите в България се нарежда на последно място сред страните от ЕС. В това изследване 46 % от гражданите на ЕС заявяват, че по местоживееене не им се предоставят достатъчно възможности за спорт и двигателна активност. По този показател България се нарежда също на последно място сред страните членки на съюза. Само 4 % от българите са членове на спортни клубове, 3% в клубове за фитнес и здраве и 3% в други видове клубове. (Special Eurobarometer, 2010). По данни на НСИ се наблюдава тенденция за увеличаване броя на хората с наднормено тегло, като това са почти половината от българите - 49,5% (НСИ, 2008). Тези конста-

тации до голяма степен са резултат от водената политика в нашата страна, довела до незаинтересованост на голяма част от населението за нивото на физическата им дееспособност.

Заклучение

На база направеното изследване, можем да предположим, че само държавната подкрепа и обществената ориентация на спорта, съобразена с интересите и предпочитанията на българските граждани, може да определи неговото успешно развитие. Като резултат от очакваната подобрена организация на спорта, неговото развитие ще се превърне в адекватен и устойчив процес, спрямо динамичната обществено-икономическа среда.

В условията на демократично управление и пазарна икономика, държавният интерес трябва да бъде в услуга на обществения интерес, изискващ финансиране на онези социални дейности, които биха повишили благосъстоянието на населението. По отношение на спорта това касае повишаването на здравния статус, дееспособността и психологическия комфорт на населението. Производителността на спорта, във вид на призово класиране, придобива обществена ценност тогава, когато личните потребности на гражданите са задоволени и инвестицията в спорта не нарушава социалната справедливост.

Използвана литература

1. КАРОВА, Д. (2012) Сравнително историческо институционално развитие на спорта между България и Великобритания. Годишник на Центъра по публична администрация на НБУ. Том 7. с. 4.
2. КАРОВА, Д. (2012) Сравнително историческо институционално развитие на спорта между България и Великобритания. Годишник на Центъра по публична администрация на НБУ. Том 7, с. 58.
3. КАПИТАНОВ и кол (1968). Ръководство по физическо възпитание в туризма. ВИНС „Д. Благоев“, с. 5-7.4
5. Special Eurobarometer, Sport & Physical Activity, March 2010.
6. <http://www.nsi.bg/bg/content/> Проучване на НСИ 2008 г.

СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА СПОРТНИТЕ ПРОЯВИ КАТО ОБЩЕСТВЕНО ЯВЛЕНИЕ

Димитър Димитров
Икономически университет – Варна
dd_xero@abv.bg

Abstract. The report attempts to clarify the nature, location, importance and functions of sports events as a social phenomenon in the context of European Union policy. An analysis tracking attitudes towards sport in the social and institutional plan. The author has tried to present the most general nature and importance of sports events in the development of society as a whole.

Keywords: *sports events, social phenomenon, sport, characteristic, social impacts*

Въведение

„Спортът е част от наследството на всички хора, мъже и жени, и нищо не може да запълни липсата му“ (Кубертен, 2007:6).

Съгласно Олимпийската харта, Европейската спортна харта и българската конституция "Спортът е право и задължение на държавата, обществото и индивида".

Съвременната цивилизация превърна спорта в жизнено важна потребност за хората. Днес от системни занимания с физически упражнения и спортуване се нуждаят деца, възрастни и хора с ограничена дееспособност. На всеки етап от развитието на обществото спортът е присъствал като елемент, необходим за неговото усъвършенстване. В този процес понякога са възникнали трудности, ограничаващи интензивността на развитие на самия спорт като обществено явление. В тази връзка е поставена *основната цел в доклада: да се изясни в най-общи рамки същността и значението на спортните прояви за развитието на обществото.*

Материали и методи

Наборът от изследователски методи, използвани за постигане на целта в изследването включва: организиране и систематизиране на информация и данни в специализираните издания; оценка и интерпретиране на публикувани, предимно непреки материали.

Резултати и обсъждане

Спортът за обществото не е само здравословна дейност осъществявана през свободното време, а е и ефективен начин за увеличаване производителността на труда и утвърждаване на здравословния начин на живот. На всеки етап от развитието на обществото спортът е присъствал като елемент, необходим за неговото усъвършенстване. В този процес са възникнали трудности, ограничаващи интензивността на развитие на спорта като обществено явление (Димитров, 2011).

Спортните прояви могат да се окачествят като жизнено важна артерия обслужваща системата на спорта. Те могат да играят и ролята на катализатор за развитие на отделните спортове, като шанс за привличане на нови практикуващи, подобряване на социалния профил, финансирането, спортната инфраструктура, човешкия и организационен потенциал, влиянието и престижа на конкретен спорт у нас или на международното поле. Спортните прояви може да бъдат определени като *специално организирани мероприятия с различен характер, мащаб и очакван резултат, участниците в които в хода на надпреварата се борят за надмощие при строго регламентирани условия, опитвайки се да постигнат определена цел - точки, голове, кошове, време и др. форми за отчитане на съревнованието.*

Спортните прояви са един от основните елементи на всяка система за физическо възпитание и спорт. По-конкретно това се отнася за отделните структурно-функционални сфери – физическо възпитание и спорт в учебните заведения, спорта в свободното време, спорта за хора с увреждания, спорта в редовете на силовите ведомства, детско-юношеския спорт и спорта за високи постижения (организиран аматьорски и професионален спорт).

Въпреки, че много спортни прояви имат рекреационен характер, повечето от тях са организирани и съдържат състезателен елемент като основна отличителна характеристика. Всяко едно състезание се нуждае от структура, която да го организира като проявата може да се определи с понятието „среща“. Този термин може да бъде приложен към всяка спортна проява, но обикновено използването му е, когато има взаимодействие с цел съревноваване и излъчване на победител. Състезателния елемент винаги е съпътстван от присъждането на някакъв вид награди. Организацията на подобни прояви обхваща различни хора и институции, които обикновено нямат предходен опит, работейки заедно по относително краткосрочни проекти, каквито в същност са спортните прояви (Сандански, 2009:18). Техните организатори трябва да удовлетворят интересите и очакванията на различни групи потребители (спортисти, треньори, технически лица, ръководители, доброволци, зрители, медии, спонсори, доставчици и др.). Освен това спортните прояви се различават по големина и комплексност, от обикновени и малки – общински спортен празник, до комплексни и международни – олимпийските игри. Необходимо е спортните прояви да се разглеждат спрямо тяхната организационна комплексност и несигурност. В тази връзка е необходимо да се познават добре комплексните условия, в които се замисля, организира и провежда една спортна проява. Организаторите на такива мероприятия са изправени пред многобройни предизвикателства в стремежа си към максимално пълното задоволяване на интересите и потребностите на широк кръг от спортисти, спортно-технически лица, доброволци, деятели, зрители, медии, спонсори, промоутъри, местни и международни спортни организации, правителствени структури, общински власти, образователни институции и широка общественост.

Съвременните спортни прояви най-често са разглеждани през призмата на социалните си въздействия, като едно от основните предизвикателства пред организаторите и мениджърите на подобни прояви е как да привлекат към активно участие местната общественост. Ролята на спортните прояви за насърчаване на социалните от-

ношения на индивидуално ниво, в рамките на определена целева група или обществото като цяло, добива все по-голямо значение. Това се дължи на извършващите се в съвременното общество промени в социалните процеси, под влияние на развитието на модерните технологии, медиите, работната среда, урбанизацията и относителния упадък на определени семейни ценности. Социалните въздействия на спортните прояви могат да се разглеждат и в контекста на потенциален механизъм за заздравяване на отслабените социални отношения и институции на местно ниво, което има дълбоки проекции в капацитета за изграждане на ключови ресурсни партньорства около спортните прояви.

Разглеждайки социалните ефекти от спортните прояви, можем да обобщим, че чрез тях се създава възможност за по-добри социални контакти, подпомага се процеса на развитие на социална сплътеност, подобряване на културното и социалното разбирателство, повишаване на груповата и индивидуална идентичност, преодоляване на социалното изключване при определени обществени групи, намаляване на проявите на анти социално поведение.

Същевременно спортните прояви са сфера и генератор на значителна икономическа дейност за създаване на постоянни и временни работни места, инвестиции в спортната структура и свързаната с нея дейност, стимулиране на туризма и други стопански сфери, домакински разходи за закупуване на спортна екипировка, артикули, пособия, услуги и участие в спортни занимания, плащане на данъци и митнически отчисления, реализиране на обороти от продажба на спортно-методически, консултантски и административни услуги, билети и абонаментни карти, трансфери, телевизионни, рекламни, спонсорски права, търговия с акции и др.

Заклучение

Днес спортните прояви са обвързани често с различни политики и стратегии, като израз за постигане на широк кръг от социални, организационни, икономически и политически цели. Значението, мястото и ролята на спортните прояви е разписано в основни документи, конвенции, харти, договори, резолюции и институции на различни наднационални структури.

Една спортна проява може на пръв поглед да изглежда лесна за организиране, но броят на хората, които в последствие вземат участие и присъстват може да я направят комплексна. В настоящия силно рационализиран и конкурентен свят управлението на спортни прояви е неразривно свързано с нуждата от добре подготвен технически персонал (платени служители и доброволци), специализирани услуги и професионален опит. Независимо дали една спортна проява е предварително планирана или не, тя има точно фиксирана времева рамка, и когато завърши не може да бъде преживяна отново по същия начин.

Използвана литература

1. ДИМИТРОВ, Д. (2011) Изследване на „барьерите“, ограничаващи стремежа към спортуване на младите хора в съвременното общество. София: Университетско издателство „Стопанство“, 2011.
2. САНДАНСКИ, И. (2009) Мениджмънт на спортните събития. София: ЕС Принт ООД, с. 18.
3. ЕВРОПЕЙСКА КОМИСИЯ. (1998) Развитие и перспективи на действията на общността в областта на спорта. Брюксел,.
4. ПИЕР ДЪО КУБЕРТЕН. (2007) Бяла книга за спорта. Брюксел. Комисия на Европейските общности, с. 6.

ПРОТЕКЦИОНИЗЪМ ПО ОТНОШЕНИЕ НА НАЦИОНАЛНИЯ ЕЗИК – НАЛАГАЩА СЕ ТЕНДЕНЦИЯ В ГЛОБАЛНИЯ СВЯТ

Миглена Маринова
Икономическият университет – Варна
m.marinova@ue-varna.bg

Abstract . The paper studies the problem of protectionism in terms of national language in the context of globalization. The subject of research is the law for the protection of national languages in different countries around the world, particular attention being paid to the Touboun law in France. The paper explores the situation of the official and working languages in the European Union and the tendency to impose English as the only working language in the Community. The paper highlights the attempts for the creation of the protection act in the Bulgarian language and focuses on the efforts of organizations and individuals in this regard.

Keywords: *protectionism, law for protection of national language, Touboun law in France, official and working languages in the European Union, attempts for creation of protection act of the Bulgarian language*

Националният език е основа на националната идентичност. Проблемът за националната идентичност с особена острота се проявява в условията на все по-бързо глобализиращия се свят. Националните общества са разтревожени от опасността за загубване на своя суверенитет и на своята идентичност в бъдеще и предприемат мерки за ограничаване на негативното влияние на глобализационните процеси.

Една от мерките е протекционизъм по отношение на националния език. Това явление бързо разширява разпространението си в съвременния свят и все повече общества го приемат като необходи-

ма стъпка в борбата за опазване на своята идентичност, особено във връзка с налагането на английския като единствен световно разпространен и използван от всички слоеве на националните общества език.

Феноменът използване на един общ международен език не е откритие на съвременната цивилизация. Откакто съществуват отношения между народите, хората се сблъскват с проблема за преодоляване на езиковите различия. В древна Европа и Близкия изток, за да се преодолее тази трудност, се налага използването на гръцки, а по-късно на латинския език. През деветнадесети век в Европа се налага френският, който е престижният език на европейската аристокрация. Изучаването, владеенето и използването на споменатите древни международни езици е привилегия главно на висшите слоеве на тогавашните общества. В този смисъл те не представляват опасност за езиците на народите, които се опазват в ежедневието на простолюдието.

Днес действителността е различна. Един общ световен език – английският – става достояние на всички слоеве в националните общества, устремно внася чужди елементи в лексикалните системи на националните езици и, според някои, представлява заплахата за съществуването им. В редица страни на света се оказва съпротива срещу бързото и безогледно налагане на английски заемки и чуждици в националните езици. Във все повече държави се прилагат протекционистични мерки по отношение на националния език, като се приемат специални закони за неговата защита.

По принцип уреждането на статута на националния език не е ново явление, но през последните две десетилетия, във връзка със стремително развиващите се темпове на глобализацията, то придобива особена значимост за всяка отделна страна. Във почти всички държави използването на официалния език е нормативно уредено в Конституциите или в специални закони. Един от първите закони за езика е приет във Финландия през 1922 г, променен през 2004 г. В трите прибалтийски републики – Латвия, Литва и Естония – този въпрос е уреден в Конституциите и в специални закони за езика, ка-

то се посочва, че в тези държави официални езици са съответно латвийски, литовски и естонски. Създадени са особени комисии, които да следят за чистотата и нормативността на официалния език във всяка от страните. В Латвия тази комисия се нарича „Комисия по термините и чуждите думи“ и чужди термини и думи в латвийския език се приемат само след тяхното официално одобрение от Комисията. Държавата има задължение да следи за защитата на езика и за неговото развитие. Създава се Център за официалния език към Министерството на правосъдието, който да съблюдава прилагането на Закона за официалния език. В Литва орган, наречен „Държавна комисия по езика“, установява тенденциите в развитието на официалния език и одобрява езиковите норми. В Естония всеки, който наруши разпоредбите на Закона за езика, носи административна отговорност. В Конституцията на Германия не се съдържа конкретен текст, който да урежда разглежданата материята, но в нея (Чл.3) се посочва, че никому не може да се причинява вреда или да му се окаже предпочитание по признак на пол, произход, раса, език, месторождение и др. Официален език е немският и това се посочва изрично в Закона за административното производство и Закона за съдебната власт. Според Конституцията на Полша полският език е официален език. По-подробно материята за използването на полския език се урежда в Закона за полския език. В Полша съществува Съвет за полския език, който изготвя доклади за парламента по въпросите на езика. В Народна република Китай въпросът за официалния език е уреден в Конституцията и Закона за официалния език. В Гватемала съществува Закона за националните езици на Гватемала, в Испания се прилага Закон за използването и обучението на валенсиански, в Перу - Закон за признаването, запазването, развиването и разпространението на местните езици. Конституцията на Австрия постановява, че “без предразсъдък към правата, предоставени от федералното право на езичните малцинства, немският език е официален в Републиката.” В Белгия, Ирландия, Канада, Швейцария и Хонг-Конг са уредени повече от един официални езици, които са равнопоставени. В Конституцията на Канада е предвидено изрично,

че английски и френски са официалните езици в страната. В Конституцията на Белгия се посочва, че страната се състои от четири лингвистични региона: регион на френския език, регион на нидерландския език, двуезичния регион на Брюксел-столица и регион на немския език(чл. 4). В чл. 8 на Конституцията на Ирландия изрично се постановява: “Ирландският език като национален е първият официален език. Английският език се признава като втори официален език.” В Швейцария, въз основа на конституционно издигнатото право на свобода на езиците, всеки швейцарски кантон може да определи официалния език на кантона и на неговите институции. В страната в момента се работи върху специален Закон за езиците. Закони за националния език са приети и в Швеция, Норвегия, Словакия, Люксембург, Украйна, Казахстан и в други страни в света.

Това уреждане със закон на статута на националния език доказва убедеността на законодателите във всички страни в тезата, че националният език е основа на националната идентичност.

В ЕС също законодателно е уреден статутът на официалните езици. Той се урежда в множество договори, сключени между страните-членки. Това са: Договор за създаване на Европейската общност, подписан в Рим на 25. 03. 1957 г., Договор за Европейския съюз от 07. 02.1992 г., Договор от Амстердам за изменение на Договора за Европейския съюз и Договора за създаване на Европейската общност, Договор за образуване на Европейската общност от 02. 10. 1997 г. Освен това въпросът за официалния език и за езиците на етническите малцинства се регулира и в Хартата на Европейския съюз за основните права от 08. 12. 2000 г. и Европейската Харта за регионалните и малцинствени езици от 05. 11. 1992 г. В Договора за създаване на Европейската общност, в Договора за Европейския съюз и в Договора от Амстердам за тяхното изменение са посочени официалните езици, които се ползват в отношенията между страните-членки. Езикът на всяка страна-член е официален в ЕС. В посочените документи се регламентира конкретно при какви случаи се използват официалните езици: официалните документи, съдържащи законови разпоредби, се издават на всеки един от официалните езици

ци, гражданите на Европейския съюз имат правото да се обръщат до органите и организациите на общността на всеки един от официалните езици, както и да получават отговор на тези езици, официалното издание на Европейската общност се издава на всички официални езици и т.н. В Членове 126 и 128 на Договора от Маастрихт се констатира културното и езиковото многообразие в страните членки и те се насърчават да уважават регионалните и националните различия. В Глава 3, озаглавена “Равенство”, Чл. 21 от Хартата на Европейския съюз за основните права се забранява дискриминацията по отношение на езика. В Чл. 22 се прогласява многообразие на езиците и се вмениява задължение на Съюзът да следи за запазването на това многообразие.

Въпреки уреждането по законодателен път на статута на официалните езици в ЕС, все по-отчетливо се наблюдава ясно изразена тенденция за налагане на английския като основен официален език в съюза. От всички официални езици в съюза само три - френският, английският и немският - са обявени за работни (регламент от 6 октомври 1958 г.). Въпреки това през последните десет години се наблюдава отслабване на употребата на френския и немския. Така например от април 2008 г. Евростат, статистическата служба на Европейската комисия, започва да разпространява изданието си „Статистики накратко“ само на английски език. Както отбелязва Гастон Пеле, журналист от в-к „Le Monde Diplomatique“ (2010), „засилва се усещането, че постепенно Брюксел се превръща във владение на Короната.“

Интересен е въпросът за статута на английския език след излизането на Великобритания от ЕС – дали той ще бъде запазен като един от официалните и работни езици в Общността или ще бъде изключен от списъка на тези езици. Ако бъде изключен – кой език ще заеме неговото място?

Пръв претендент за основен официален и работен език в ЕС би бил вероятно френският. Днес най-твърда съпротива на тенденцията за налагането на английски като основен официален и работен език на ЕС и на глобалното общество оказва Република Франция. Френс-

ката държава полага максимални усилия както за запазване значението на френския език като един от езиците за световна комуникация, така и за съхранението му като основа на френската идентичност. Законът „Губон“, приет във Франция през 1994 г., налага използването на френския език във всички сфери на човешка дейност в страната – в правителствената документация, в документите на всички държавни органи, в търговските договори, в рекламните обяви, в телевизионните предавания и радиопрограмите, като внася забрана да се пише и говори на друг език, освен на френски. Забранява се използването на чуждици и се изисква превеждането на заемките от английски на френски език. Налага се изискването описанието на всяка стока или услуга, предлагана на френския пазар, да бъде на френски. Наименованието на бранд на чужд език е забранено, ако съществува френски еквивалент. Френските компании нямат право да настояват служителите им задължително да говорят или ползват английски език. Забранява се използването на чужд език или на чужди думи във финансовите отчети и в документи, отнасящи се до задълженията на служителите във всички компании във Франция. Има случаи на осъдени чуждестранни фирми, нарушили разпоредбите на Закона „Губон“. Например американската компания „GE Healthcare“ е принудена да заплати глоба от 580 хиляди евро и по 20 000 евро за всеки ден забавяне на изпълнението на съдебното решение за това, че част от техническата документация и софтуера, които ползват нейните служители, са на английски език. Действието на закона се разпростира и в сферата на образованието и науката – например правителството не спонсорира училища, в които обучението се води на чужд език, а също има изискване научните конференции да се провеждат само на френски език.

Последното и други подобни разпореждания на закона дават основания на критиците му да го определят като твърде краен в някои отношения, но все пак той се радва на широка обществена подкрепа, израз на загрижеността на френския народ за опазването на националния език и националната идентичност. В своя „Любовен речник на езиците“ (Ажеж, 2009) лингвистът Клод Ажеж посвещава

цяла глава на застрашените от изчезване езици, сред които нарежда и френския. Почетният преподавател в „Колеж дьо Франс“ разкрива две основни заплахи, застрашаващи езиците. Едната идва отвън – икономическото и политическото господство над света на САЩ, а другата е вътрешна - от страна на безсъзнателните национални елити, интелектуалците и търговците.

Във връзка с втората заплаха във Франция е учредена Академия на английската изтривалка, която всяка година номинира французи, които дават предпочитание на английския пред родния си език. За 2007 г. наградата на Академията получава министърът на икономиката по това време Кристин Лагард заради това, че разговаря със служителите си на английски език. През 2008 г. същата награда е присъдена на Валери Пекрес, министър на висшето образование и научните изследвания на Р Франция, заради изказването ѝ, че френският език запада и трябва да се отхвърли табуто за английския език както в европейските институции, така и във френските университети.

Силната, дори крайна протекционистична политика на Френската Република по отношение на националния ѝ език намира широк отзвук в целия свят. В много страни различни обществени групи започват борба за протекционизъм на родния си език и защитата му от безконтролното влияние на английския. След 1994 г закони за защита на националния език се приемат в Швеция, Словакия, Казахстан, Украйна и др. В Русия Асоциацията на учителите по руски език и литература настоява пред правителството да бъде създадена в страната „лингвистична полиция“, която да следи за опазването на руски език от навлизането в него на чуждици и заемки от английски език и за ограничаване използването на английски език в различните сфери на обществена дейност.

В България също се правят опити за приемане на закон за защита на националния език. Пръв за закон за езика говори писателят Николай Хайтов (Хайтов, 1979) , който счита приемането на такъв закон необходимо условие за оцеляването на нацията ни. През 1994 г., в качеството си на председател на Съюза на българските писате-

ли, Хайтов внася в 36-то Народно събрание един от първите законопроекти. След 1989 г. в Народното събрание са внесени законопроекти за закон за българския език от: Николай Хайтов – 1994 г., Гинчо Павлов – 1994 г. и 1995 г., Йордан Соколов – 1998 г.; Александър Пиндиков – 1998 г., Драгомир Шопов – 1998 г., Любен Корнезов – 1999 г. и 2011 г., Елка Анастасова, Огнян Сапарев, Николай Чуканов, Теодора Литрова, Анелия Атанасова - 2004 , Станчо Тодоров – 2005 г., Никола Увалиев – 2010 г., Огнян Стоичков и проф. Станислав Станилов – 2011 г., Емил Караниколов – 2011 г., Кирил Добрев- 2017 г.

Всички законопроекти са внесени след 1994 г и несъмнено са повлияни от Закона „Тубон“. Въпреки големият им брой, все още не е приет специален закон за българския език. Една от причините за това е вероятно липсата на единно становище по въпроса на научната общност у нас. Видни български учени като проф. Ст. Брезински, проф.Б. Банков, проф.Б. Димитров, членовете на Съюза на писателите и др. считат приемането на такъв закон необходимо, докато проф. Т. Бояджиев, проф. С. Игнатов, бивш министър на образованието и науката, проф. В. Райнов, директор на ИБЕ при БАН и др. смятат, че езикът не бива да се регулира със закон.

Докато учените заемат различни позиции по отношение приемане на закон за българския език, то българските граждани масово подкрепят приемането на такъв закон. В анкета, проведена в интернет от Fgognews, на въпроса: „Трябва ли да има закон за защита на българския език?“, от 40 участници, 36 отговарят положително и само четирима – отрицателно.

Аргументите, които участниците в анкетата излагат в полза на приемане на закон за езика, намират обобщение в мнението на журналиста Б. Данков (Данков, 2015) - поради липсата на закон за езика „се шири чуждоезиковата инвазия в електронните медии и рекламата. СЕМ отдавна му е пуснал двата края и по този начин регламентира езиковия снобизъм и немара. Трагично е опростачването, от което гъмжат жълтите издания. Надписите на латиница са превзели над 95 процента от табелите на фирми и магазини в стра-

ната. Писането на "шльокавица" в интернет е на път окончателно да измести кирилицата.“

Доколко тези опасения са основателни, е трудно да се каже. Във всеки случай един от основните принципи на глобализацията е този за унификацията. Това налага да се вземат необходимите мерки, за да се запази спецификата на българския език и българската реч и да се предпазят те от безконтролно и агресивно чуждоезиково влияние. Националният език е крепител на националното самосъзнание и в този смисъл грижата за него трябва да е постоянна и законово регламентирана.

Използвана литература

Ажеж, К.(2009) Любовен речник на езиците, Изд. „Plon“, Франция

Бояджиев, Т. (2005) Националният език в условията на чуждо влияние и глобализация. Български език и литература ([Online], № 5

Брезински, С. (2002) Необходим е закон за българския език. Литературен форум, брой 18 (502), 7.05.2002 - 13.05.2002 г.

Данков, Б.(2015) Докога ще се подмята Законът за езика, в-к „Дума“, брой 115, 23.05. 2015, стр. 1

Закони на/за езика [Сборник студии] (2004). Състав. П. Костадинова. Изд.Хейзъл, София Пеле, Г. (2010) Елитите жертват френския език, Le Monde Diplomatique, 12.12. 2010, стр.1

Хайтов, Н.(1979). Троянските коне в България, Книга първа, Изд.“Хр. Ботев“, София

<https://chitanka.info/text/27318/79> (ползван 04.03.2017)

http://frognews.bg/news_44729/Анкета/(ползван04.3.1017)

<https://vesti.bg/bulgaria/obshtestvo/prof.-rajnov-zakon-za-ezika-ne-reshava-nishto-3540191>(ползван05.03.2017)

<https://www.24chasa.bg/novini/article/5759868>(ползван 05.03.2017) [www.24chasa.bghttp://www.bgonair.bg/bulgaria/2011-08-22/ignatov-ne-e-neobhodim-nov-zakon-za-bylgarskiq-ezik](http://www.bgonair.bg/bulgaria/2011-08-22/ignatov-ne-e-neobhodim-nov-zakon-za-bylgarskiq-ezik) (ползван 06.03.2017)

<https://news.bg/int-politics/sblasatsi-v-ukrayna-zaradi-zakona-za->

[ruskiya-ezik.htmlhttp://bg.mondediplo.com/article676.htm](http://bg.mondediplo.com/article676.htm) (ползван06.03.2017)

<http://ibusiness.ru/blog/lifestyle/42281>(ползван 07.03.2017)

<https://vesti.bg/bulgaria/obshtestvo/prof.-rajnov-zakon-za-ezika-ne-reshava-nishto-3540191>(ползван 07.03.2017)

КУЛТУРНИТЕ ЦЕННОСТИ – ДВИГАТЕЛ ИЛИ СПИРАЧКА НА ОБЕДИНЕНА ЕВРОПА?

Дорина Йосифова

Икономически университет – Варна

diamond7@techno-link.com

Abstract. The question of whether and to what extent Eastern European countries entered the European Union was discussed and continue to discuss only from the economic aspect. Undoubtedly the focus on the economic consequences of EU enlargement is essential from an economic point of view. But the society is a conglomerate of countless other systems. As the EU has been long not just an economic community or just a free trade zone, and it is increasingly becoming a community that wants to shape and regulate an unique European social model, along with economic factors occur other factors that will have a decisive to the success of a united Europe. For this reason, the European Commission analyze and discuss the implementation of the convergence criteria regarding the future new members of the Eurozone, taking into account the new reality and differences in both economic and cultural development, arguing that the convergence criteria in any case should not call into question competitiveness of the Eurozone.

Cultural differences between present and future member states will make the European integration process more difficult. We examine to what extent citizens of present and future member countries of the European Union differ in respect to their attitudes. The citizens of the present EU member states support the EU model significantly more strongly than citizens of Eastern European countries do. We interpret this difference most of all as a result of the lower level of economic modernization of Eastern European countries and the dominance of Catholic values in these countries. We interpret our results in terms of the classical sociological question about the relationship between economy and culture, and we discuss the conclusions which can be drawn from our results for the fu-

ture integration process of the EU.

Keywords: *intercultural dialogue, European integration, European Union, cultural diversity, unity in diversity.*

1. Културните различия в дискурса за европейската интеграция

През последните десетилетия процесът на европейската интеграция се характеризира с два съществени признака. От една страна постепенното *разширяване* на броя на държавите-членки и от друга страна - нарастващото *задълбочаване* на интеграционния процес. Тъй като всички държави трябва да бъдат включени в институционалната система на ЕС и ангажирани с провеждането на неговите политики, драматичното нарастване на държавите-членки означава огромно предизвикателство за реструктурирането на европейските институции. Но не е само това. Повечето от новите държави-членки се различават значително по своята икономическа производителност от старите. Разликите се измерват и сравняват статистически чрез т.нар. индикатори за конвергенция (критерии за сближаване). Подобни изследвания, които дават информация за икономическата структурна конвергенция на старите и новите държави-членки, се провеждат на определени интервали, например от Дойче банк. Понастоящем новите държави-членки се изправят пред редица предизвикателства при присъединяването си към еврозоната. Поради тази причина Европейската комисия анализира и обсъжда прилагането на критерии за сближаване по отношение на бъдещи нови членове на еврозоната, вземайки предвид новите реалности и различия в икономическото и културно развитие, като изтъква, че критериите за сближаване в никакъв случай не бива да поставят под въпрос конкурентоспособността на еврозоната.

Въпросът дали и в каква степен източноевропейските страни се вписват в Европейския съюз продължава да се дискутира само в икономически аспект. Безспорно фокусирането върху икономическите последици от разширяването на ЕС е съществено от иконо-

мическа гледна точка. Но обществото е конгломерат от безброй други системи. И тъй като ЕС отдавна вече не е само икономическа общност или само свободна търговска зона, а се превръща в общност, която иска да формира и регулира единен европейски обществен модел, наравно с икономическите фактори се проявяват и други фактори, които ще имат решаващо значение за успеха на обединена Европа.

Понастоящем в дебатите се обсъждат главно икономическите различия между старите страни-членки и евентуалните нови кандидати. Но дали новите страни се вписват в културния портрет на ЕС и няма ли разширяването да доведе до културен колапс? Проблемите на бъдещата интеграция на обществата в ЕС не зависят само от икономическия дисбаланс между отделните държави, но и от културните различия между тях. Колкото по-изявени са те, толкова по-труден ще бъде процесът на разширяване. Това е и основният аргумент, който се дебатира понастоящем от много анализатори във връзка с присъединяването на Турция. Настоящото изследване си поставя за цел да опише културните различия в страните-членки на ЕС, както и да обясни до колко се различава ценностната ориентация на неговите граждани. Основният акцент е положен върху трите основни ценностни показатели, които се считат за индикатори на дадена култура (религия, политика, семейство).

2. Съществува ли обща европейска култура и идентичност?

Изходна точка за отговора на този въпрос е застъпената от много автори теза, че в дългосрочен план Европейският съюз не може да бъде стабилна институционална структура, ако тя е несъвместима с ценностната представа на гражданите за идеална обществена форма.

Предвид езиковите бариери, създаването на един напълно унифициран Европейски съюз е доста нереалистично. Езикът и културните различия са препятствие за асимилацията на много хора в обществото. Всяка една група, която се опитва да запази своите напълно различни културни особености, не може да стане част от него. Това не се отнася само за мюсюлманите, а за всич-

ки чуждестранни групи, които оказват съпротива към това да станат част от държавата, в която се преместват. Фактът, че страните-членки на ЕС са съхранили своите собствени култури и езици, просто означава, че идеята за тотален културен съюз няма как да сработи, поне в обозримо бъдеще. Всяка страна-членка на ЕС притежава своите собствени културни различия, които се простират отвъд границите на езика. Често Западът не може да разбере културните възгледи на източноевропейците. Например факта, че тяхното типично недоверие към правителството е заложено в самите основи на обществото по времето на комунизма, докато повечето западноевропейци възприемат правителството като един родител, който ги защитава и изхранва. Затова някои анализатори твърдят, че налагането на универсална културна политика е антидемократично и че силата на Европа може да бъде повишена чрез икономически съюз, а не чрез образуване на федерация. Вмешателството и настояването другите държави да приемат бежанци противно на техните културни виждания може да разруши културния конгломерат, който ЕС се опита да създаде.

3. Европейска ценностна ориентация

Основният източник на данни за определяне на ценностната ориентация на гражданите в ЕС е проучването на Евробарометър за европейските ценности "European Value Survey", което изследва общото и различното в нагласите на анкетираните по отношение на три основни сфери – степента на модернизация, културно-религиозни традиции и политико-институционален ред. Националните извадки са представени от минимум 1000 устно анкетирани лица на възраст над 18 години.

3.1. Религия

ЕС е общество на споделени (колективни) ценности, което няма специфична религиозна ориентация и е религиозно необвързано. Ценностният ред в Европа се легитимира демократично от правото. В никой юридически документ не могат да се намерят текстове, кои-

то да обвързват или задължават ЕС с конкретна религия. Въпреки че всички страни-членки в ЕС са традиционно християнски, в проекта за Европейска конституция липсва препратка към християнството. ЕС зачита многообразието на религиите (член II-22), забранява дискриминацията на религиозна основа (член II-21) и се дефинира като общество на споделени ценности, което разграничава религиозните от обществените сфери. ЕС подчертава религиозната свобода и толерира религиозния плурализъм. Той определя специфичното място на религията в обществото и я респектира, като „очаква от религиозните общности и гражданите взаимна религиозна толерантност.“ (Герхардс, 2005, стр. 82).

В каква степен разделянето на две сфери формира представата на европейските граждани за религиозна толерантност? И обратно - доколко гражданите на други страни подкрепят тяхната представа за религията - такава, каквато е формулирана в документите и директивите на ЕС? Според проучването за европейските ценности нетолерантността към други религии е изразена най-силно в Турция и Унгария, а като цяло е най-ниска в страни с висок дял на протестантско население. Делът на хората, които считат отделянето на религията от ежедневието, обществото и политиката за правилно, е най-нисък в Малта, Турция и Румъния. Докато за гражданите на старите и нови страни-членки религията няма особено голямо значение за начина им на живот, за последните присъединили се страни (особено Румъния) и най-вече Турция тя има съществено значение. Подобни резултати има и по отношение на представата за разделянето на религията от политиката, като най-осезаемо това се отрича от хората в Турция. Мнозинството от тях са на мнение, че политическите действия трябва да имат религиозен мотив. Дори повечето либерално настроени турци са на мнение, че политическите и обществените институции трябва да изповядват силна вяра и са убедени, че силната вяра помага за общото благо на хората и не допуска лична егоистична изгода. В този смисъл Турция най-малко импонира с ценностната система на ЕС и трудно допуска религиозна толерантност.

Анализатори като Самюъл Хънтингтън и Улрих Велер защита-

ват тезата за "борбата на културите" и считат разделянето на църквата и светския живот като част от християнската традиция. Не на това мнение са обаче Юрген Герхардс и Михаел Хьолшер, които не обясняват тези различия с ортодоксалната религия или исляма. „Тъй като в някои страни степента на модернизация е ниска [...], а степента на религиозната интеграция на гражданите, особено в Турция, е висока, не може да се очаква пълно припокриване на религиозните нагласи с тези в ЕС.“ (Герхардс, 2005, стр. 99).

3.2. Представителна демокрация и гражданско общество

Европейският съюз се самоопределя като съюз от демократични държави с демократичен институционален ред. За разлика от авторитарните форми на управление, демокрацията не е спусната отгоре, а е приета от тези, които искат да живеят в едно гражданско общество. Този основополагащ регламент е записан ясно в преамбюла на проекта за Европейска конституция.

Повече от 80% от анкетираните подкрепят твърдението, че демокрацията е по-добра от всяка друга форма на управление. Но почти 25% от турците и 28% от румънците са на мнение, че е по-добре да управляват военните. Резултатите от изследването показват, че делът на гражданите в старите и нови страни-членки, които предпочитат силно управление, е около една четвърт; този в България и Румъния – повече от 50%, а в Турция делът на тези, които се обявяват за авторитарно управление, възлиза на две трети от анкетираните. Повече от 50% от анкетираните в Турция, Румъния, Литва и Латвия считат, че е добре да управлява един силен лидер. Участието в клубове по интереси или поемането на граждански ангажименти, които се считат за изключително важни за укрепване на демокрацията в обществото, е най-ниско в Турция (6,4%), а на първа позиция е Швеция с 56,1%.

През последните години Турция предприе известни мерки да институционализира редица демократични и правни принципи по отношение на човешките права. Но скептиците по отношение присъединяването на Турция застъпват тезата, че нагласата в страната

към институционалния ред не отговаря на демократичните принципи в ЕС.

3.3. Семейство и равнопоставеност на половете

ЕС е създаден и продължава да функционира главно като икономически съюз. Въпросите за семейството и възпитанието добиват политическо значение само когато са свързани с въпросите на икономиката. Затова в европейското право има регламенти по отношение на взаимовръзката между семейството и икономическата система, но няма такива, които регламентират вътрешносемейните отношения. Основният акцент на европейците е заложен в представата за равнопоставеност на половете на пазара на труда. Още през 1957 г. в чл. 119 от Договора за ЕИО е записано "равно заплащане на мъжете и жените". Този принцип е водещ във всички директиви и разпоредби на общността, регламентиран и правно обвързан във всички решения на Съда на Европейския съюз. Освен това ЕС прилага принципа за равнопоставеност и в други обществени сфери, като по този начин допринася за изграждане на модела за равни права на съпрузите в тяхната обществена реализация и образа за работещата жена, която обезпечава независимостта си.

Вероятно за хората много по-важен от теоретичните полемики за отношението между религия и политика е въпросът за представата за семейство и отношението между половете. В известна степен ЕС пренебрегва тази сфера, но гражданите я считат за по-важна от политиката. Идеята за равнопоставеност се подкрепя от повече от две трети от гражданите на старите страни-членки и от над 60% от тези в новите страни-членки. Обратно - две трети от анкетираните турски граждани подкрепят водещата роля на мъжете и поставят жените на втори план. "ЕС е общност, която зачита равнопоставеността между половете и най-вече равнопоставеността на пазара на труда. Гражданите на Турция имат доста по-различна представа" (Герхардс, 2005, стр. 116). Пример за това е отговорът на твърдението: "Ако не достигат работни места, мъжете имат по-голямо право на труд от жените." То е подкрепено от 62% от анкетираните турци

и само от около 20% от хората в ЕС. Освен в Турция равнопоставеността между половете на пазара на труда не се зачита в Малта (49%), както и в Полша, България и Румъния (37% до 38%).

4. Как се вписва Турция в културните ценности на ЕС?

Ценностите, които са съществени за Европа, не могат да се дефинират лесно. Позоваването на европейското право, и най-вече на текстовете в договорите, на пръв поглед изглежда един добре обоснован подход, защото формулираната в тях ценностна ориентация дава ясна демократична представа за легитимност. Договорите са подписани от правителствата на страните-членки, а те от своя страна са избрани от гражданите в Европа. Резултатите от проучването на Евробарометър за европейските ценности "European Value Survey" показват в каква степен ценностите, заложили в европейското право, се припознават от хората и дали има съществени различия между страните-членки и кандидатстващата за членство Турция по отношение на основните културни ценности.

Ако се направят изводи от отделните частични показатели, се получава следната обобщена картина: Считаните за изключително важни в Европейския съюз ценности намират голяма подкрепа сред гражданите на старите и нови страни-членки на ЕС, но не и от бъдещите кандидати за присъединяване, като по повечето показатели сред гражданите на Турция се наблюдава най-голямо отклонение от представите и културната нагласа на европейците. Културните различия между Турция и другите страни биха оказали съществено влияние върху бъдещата европейска интеграция именно защото страната би била най-многобройната в обединена Европа поради високия демографски прираст.

Вероятно така представената картина върху културната карта на Европейския съюз е нарисувана в съвсем груби щрихи. И за да се постигнат по-диференцирани резултати, трябва да се направи задълбочен анализ, който да отчете и вариантноста в нагласите на отделни групи от населението. Освен това трябва да се отбележи фактът, че ценностната ориентация на гражданите не е статична величина.

Също така присъединителният процес, както е структуриран в момента, обикновено се налага „отгоре“ и не винаги е обект на демократичен контрол от страна на местните и регионални власти на страните-кандидатки.

От друга страна, степента на икономическо развитие и модернизация оказва голямо влияние върху формирането на социокултурните ценности. Например представите за равнопоставеност на половете е застъпена в по-развитите страни. Следователно, чисто теоретично може да се очаква, че в процеса на развитие на икономиката на Турция и приравняването ѝ към благосъстоянието на страните-членки на ЕС ще се промени и ценностната система на хората. За съжаление обаче процесите на ценностна промяна зависят от редица благоприятни рамкови условия и по принцип отнемат доста време. Тоест в обозримо бъдеще процесът на културна адаптация на Турция към ценностната система на ЕС няма бъде лесен и кратък.

5. Заключение

Изследванията показват, че по отношение на представите на гражданите в сегашните страни-членки Румъния се доближава в най-малка степен до европейската ценностна ориентация, а от кандидатите – Турция, където има големи разлики в нагласата на гражданите под и над четиридесет години. Влиянието на първите ще нараства. Трябва да се вземе предвид и фактът, че преди години присъединяването на Португалия, Испания и Гърция даде тласък в степента на модернизация на обществото. Дали това ще се случи с Турция, е въпрос на време.

Проучването на Евробарометър за европейските ценности "European Value Survey" е проведено преди осем години, но стана особено актуално във връзка с миграционния поток към Европа. Приемането на бежанци или на дадена държава в ЕС се разглежда предимно от икономическа гледна точка. Обаче въпросът за бъдещото функциониране на ЕС и дали други общества ще могат да се интегрират в него зависи в голяма степен от културните фактори.

Използвана литература

1. Gerhards, J., Hölscher, M. (2005) *Kulturelle Grenzen der Europäischen Union. Unterschiede zwischen den Mitglieds- und Beitrittsländern und der Türkei*. Wiesbaden (2., durchgesehene Auflage).
2. Hölscher, M. & Gerhards, J. (2006) *Europäischer Verfassungspatriotismus und die Verbreitung zentraler Werte in den Mitglieds- und Beitrittsländern der EU und der Türkei*. Münster u.a., Lit Verlag.
3. Krzyzanowski, M. & Oberhuber, F. (2007) *(Un)Doing Europe. Discourse and Practices in Negotiating the EU Constitution*, Brüssel.
4. Stråth, Bo (2010) *Europe and the Other and Europe as the Other*, Brüssel.
5. <http://www.europeanvaluesstudy.eu>
6. <http://european-convention.europa.eu>

ЕЗИК И ТУРИЗЪМ

Маргарита Попова

Икономически университет – Варна

margo_popova@ue-varna.bg

Abstract. The current article focuses on the close connection between theory and practice in the training of students majoring in Tourism. Both native and foreign languages are taken into account in this process. It is claimed that solid knowledge of tourism, an important sector of our industry, and high language literacy are prerequisites for excellent professional performance in the future career development of our students in the field of tourism.

A package of learning resources are offered to improve the language preparation of our students in the “Language of Tourism” German courses: textbooks, dictionaries and phrasebooks. Several resource materials, developed by the author, are presented: three textbooks on the German language of tourism, two German-Bulgarian dictionaries in the field of hotel management, restaurant management and gastronomy, as well as a multi-language tourism dictionary.

Arguments are given to illustrate the thesis that adequate professional training is of vital importance since oral and written contacts are routine part of everyday activities in the tourism. The thesis that the acquisition of interactive language skills throughout the different education stages is a time-consuming process, requiring serious efforts and special attention, is supported with various arguments.

In conclusion, it is claimed that the proposed approach will lead to substantial results: excellent career prospects for our students and improving the image of Bulgaria as tourist destination by improving the quality of the offered tourist product.

Keywords: *Tourism, Foreign language, Learning resources*

1. За актуалната ситуация в туристическия бизнес в България

Туризмът в последните години е един от най-интензивно развиващите се и доходоносни отрасли в българската икономика. Към нашата страна се насочва голяма част от туристопотока в Турция и от други обичайни туристически дестинации по обясними причини. Имахме и имаме много гости както от традиционни за страната ни държави като Русия и Германия, така и от нови държави, чиито туристи тепърва откриват нашите курортни дестинации. Този факт е много радващ и е повод сериозно да се замислим как да поддържаме отчетената положителна тенденция и да задържим всички тези туристи, а и да привличаме още повече. Строят се нови туристически обекти или се реновира и разширява наличната туристическа база, изгражда се инфраструктурата с цел облекчаване и подобряване достъпа до туристическите ни дестинации. Разширява се и спектърът на предлаганите видове туризъм като СПА-, културен, винен туризъм и т.н. в България, което също е положителна тенденция. Диверсификацията и подобрената логистика в този отрасъл ще допринесат съществено за повишаването на броя на гостите ни, а оттам и на приходите в националната ни икономика. Ние имаме действително какво да предложим на гостите, избрали за своя отдих тъкмо нашата страна. Богатите ресурси на все още добре запазена и чиста природа, стройно изградената и организирана система в туризма са повод за гордост, но и за още много работа, ако искаме да достигнем световно ниво.

2. Образователни предпоставки за успешното развитие на туризма в България

2.1. Добра теоретична подготовка по туристически мениджмънт и маркетинг, комбинирана с практики

Един от най-сериозните проблеми във връзка с интензификацията на туристическия бранш е липсата на достатъчно добре подготвени кадри, които със свежите си знания и труд да допринесат за повишаване на качеството на предлагания у нас туристически продукт.

Това може да стане както благодарение на отличната им *теоретична подготовка на майчин език*, получена в специализираните средни и висши учебни заведения, така и на проведените *практики и стажове* в звена и обекти в туристическия сектор на различни нива. Обвързаността на учебните заведения, подготвящи кадри за туризма, с туристическия бизнес е абсолютно задължителна и е от изключителна важност за бъдещата им професионална реализация.

2.2. Висока степен на грамотност на майчиния език

Напоследък се наблюдава смайваща неграмотност сред всички слоеве на нашето общество. Това важи дори за официални институции като радио, телевизия, преса. Масово се поставя например пълен член там, където съвсем не му е мястото, а където по граматическо правило трябва се изговори или изпише, той липсва. Все още се срещат погрешно поднесени в устна или писмена форма варианти на съществителни имена като „конкурентноспособност“, „издръжливост“, „контролно-пропускателен пункт“, „Нова Зеландия“ вместо „конкурентоспособност“, „издръжливост“, „контролно-пропускателен пункт“, „Нова Зеландия“. Подобни правописни или лексико-граматически грешки изобилстват за съжаление и в *надписи, указания, табели, рекламни материали* и т.н. в сферата на туризма. Даже *имената* на самите ни курорти и хотели се срещат в различните сайтове изписани по няколко начина.

Недопустимо е също така в официални писма от деловата кореспонденция като *запитвания, оферти, потвърждение на или отказ от резервация*, документи като *споразумения, договори* и т.н. да се срещат груби грешки от всякакъв характер, като се започне от формулировката на обръщението и се стигне до заключителната етикетна формула и подписа. Този факт веднага създава негативна представа за новия клиент или бизнес-партньор и е само в негов ущърб.

Не може да се пише „данак“, „бизнес“, „откъз от ...“ и т.н. от икономически грамотни лица. Примери могат да се дадат още много и е жалко, че се срещат твърде често дори в документацията на го-

леми и утвърдени туристически фирми.

Важно е също така и умението за подреждане на реквизитите на деловото писмо в стандартната последователност и локация. В случай че някому липсват тези знания, то той е длъжен да си ги набави, стига тази липса да бъде осъзната. Качествени източници на информация относно оформлението и изготвянето на видовете делови писма има достатъчно. Изключително полезен за придобиване на необходимите познания е курсът по „Делова кореспонденция“ на български език, който се предлага на студентите от всички специалности в ИУ-Варна в трети семестър в бакалавърска степен.

2.3. Задължително владеење и активно ползване на чужди езици

Немислимо е да се предлагат висококачествен продукт и обслужване в туризма, ако липсва съответната подготовка на заетия в него персонал и по *чужди езици*. Добре известно е, че голяма част от туристите ни са от други държави, а това вече логично предполага добра езикова подготвеност на всички, които ги обслужват. Успешната комуникация с гостите е сериозна предпоставка за удовлетворение и за двете страни и е сигурна гаранция, че те пак ще се върнат при нас – едните като подготвен и обучен персонал, а другите като ползватели на предлаганите в нашия обект услуги.

Реалността обаче показва тревожния факт, че в туристическия бранш съществува буквално глад за добре подготвени в *професионално* и най-вече в *езиково* отношение кадри. Още повече че работодателите по понятни причини изискват от кандидатите за постъпване на работа владеење на поне **2 чужди езика**, като най-честите комбинации са *английски + немски, английски + руски* или *немски + руски език*. Много от заетите в туризма не са в състояние да извършват нормална устна или елементарна писмена комуникация с немскоговорящите туристи, които традиционно са сред най-честите и многобройни гости в нашата страна.

Безкрайно дразнещи и будещи срам са неграмотно изписаните *билбордове, табели, надписи, указания, анонси, листовки, диплянки,*

каталози и особено *менюта* на немски език в различните видове заведения в курортите ни. Допуснатите грешки са и граматически, и лексикални, и правописни. Недопустимо е в 2 думи да се открият 3 грешки. Пред един иначе лъскав четиризвезден хотел в курорта „Златни пясъци“ стои рекламен надпис „**Bessten Dinstleistungen!**“. Толкова ли нямаше грамотен човек, който да знае, че първо „**bessten**“ се пише с едно „s“, второ, че окончанието „n“ е граматически неправилно, и трето, че „**Dienstleistungen**“ се пише с „e“, а надписът би трябвало да изглежда по следния начин: „**Beste Dienstleistungen!**“?! При един голям открит басейн с водна пързалка в курорта „Св. Св. Константин и Елена“ пък стои следната табела: „**Wasserutchtbahn**“. Отново 2 правописни грешки в една дума! Дори и децата знаят, че това съществително име се състои от две думи: „**Wasser**“ и „**Rutschbahn**“ и резултатът от съчетаването им е „**Wasserrutschbahn**“. Могат да се посочат още много примери за експонирана неграмотност, та те са навсякъде!

Необходими са също така и знания и умения за водене на *делова кореспонденция* и *на чужд език*, тъй като тя има своята специфика и стандарти.

Изводът е работодателите да не се доверяват на кандидати за работа, които твърдят, че владеят някакъв език „перфектно“. Препоръчително е при липса на сертификат да се проведе езиков тест, за да се установи реалното ниво на подготвеност по съответния чужд език. Докато за средния персонал е вече достатъчно езиково ниво B1/B2, то за висшия ръководен персонал е нужно то да е поне C1.

Трябва да се обърне сериозно внимание на изготвянето на *преводи* и *рекламни материали* и на техническото им изпълнение и оформление, ако искаме да се радваме на добра репутация. Добре е собствениците на туристически обекти и работодателите да ползват приоритетно услугите на компетентни лица, които ще им предоставят гарантирано качествен продукт. Такива отлично подготвени професионалисти и специалисти-филолози има достатъчно в нашата страна.

3. Мерки и средства за преодоляване на липсващата или недостатъчната езикова подготовка

3.1. Изготвяне на учебници за обучение по специализиран език за туризма

Подготовката за постигане на висок стандарт на туристическата услуга предполага специални усилия от двете страни в процеса на обучение – преподаватели и обучаеми. Тъкмо по тази причина аз, като преподавател по немски език в ИУ-Варна, се захех с изготвянето на програми за обучение по специализиран немски език в туризма. За целта съставих *три учебника*, чието съдържание през годините беше постепенно надграждано и актуализирано. Те бяха издадени от издателство „Наука и икономика“, ИУ-Варна, както следва:

1. **Über das Gastgewerbe und noch etwas dazu** – учебник за студенти със специалност „Икономика и организация на туризма“, изучаващи специализиран немски език като първи чужд език, 2003

2. **Tourismus und Kommunikationswege** – учебник за студентите на ИУ-Варна, изучаващи немски език в специалност „Икономика и организация на туризма“, ниво B2/C1, 2009

3. **DEUTSCH für die TOURISMUSWIRTSCHAFT** – учебник + помагало - част 1 / 2, 2014

Учебният комплект (3.) отговаря на езикови нива B1-B2/C1 според *Общата европейска езикова рамка* и е предназначен предимно за студенти от специалността „Туризм“ в колежи и висши учебни заведения, които вече разполагат с теоретични познания за организацията и управлението в туристическия сектор.

➤ УЧЕБНИК

Двете части на учебника включват общо **18 теми**. Всяка тема съдържа *теоретични базисни текстове*, *блок от основни понятия*, както и *разнообразни граматически и лексикални упражнения* (повече от 400 в целия учебник), които тренират основните езикови умения и способности за водене на професионален диалог в ежедневната комуникация в сферата на туризма. Към основните теми са разработени и *подтеми*. Този учебник е базиран изцяло на *автен-*

тични текстове (актуални публикации в немската, австрийската и швейцарската преса, оригинални рекламни материали и т.н.), към които са поставени въпроси и задачи с различна степен на трудност. Многобройните източници са видни от посочената библиография.

Евентуалното владееие на *икономически немски език* би било още една стабилна опора при овладяването на *специализирания език в туризма*.

➤ **DEUTSCH für die TOURISMUSWIRTSCHAFT ■ Lehrwerk 1 (Kapitel 1 - 9) + Nachschlagewerk (Kapitel 1 – 9)** предлага следните *теми*:

• Въведение в туризма • Туризм, природа и опазване на околната среда • Отпуска, почивка, анимация, мениджмънт на свободното време • Спа-туризм, балнеология и рекреация • Конгресен туризм, командировки, поощрителни пътувания • Типология на пътуванията • Туроператори и пътнически агенции • Транспортът като партньор в туризма • Начини на заплащане в туризма

➤ **DEUTSCH für die TOURISMUSWIRTSCHAFT ■ Lehrwerk 2 (Kapitel 10 - 18) + Nachschlagewerk (Kapitel 10 - 18)** предлага следните *теми*:

• Туристически маркетинг / мениджмънт • Рекламата в туризма • Хотелиерство • Ресторантьорство • Системна гастрономия / кетъринг / парти-сервиз • Видове договори в туристическия бранш • Туризм и комуникации • Туризм и чужди езици • В търсене на подходящо работно място.

На темите „*Хотелиерство*“ и „*Ресторантьорство*“ е поставен специален акцент. Предлагат се и задачи за работа *в екип*. Налични са също обособени упражнения с *по-високата степен на трудност*. Те са разработени за по-напреднали и не са задължителни за изпълнение от всички.

• *Асоциограмите* и *таблиците* служат за онагледяване, но и за изготвяне на резюме, коментар и т.н.

• *Тестовете* дават възможност на обучаемите сами да контролират нивото на придобитите специализирани езикови познания.

• **Тези и въпроси** за свободна дискусия се предлагат в края на всяка тематична единица. Ако тя се състои, то това би било сериозна стъпка напред! Основната ни цел би била постигната!

• **Глава 18 „В търсене на работно място“** подготвя обучаемите да подхождат умело при подбора на обявените работни позиции, да съставят професионално документите си за кандидатстване и да се явяват успешно на интервю за работа.

Някои от предложените теми могат успешно да се разработват и в **магистърската степен** на специалност **„Икономика на туризма“**, например глава 9 **„Начини на заплащане в туризма“**, глава 10 **„Туристически маркетинг и мениджмънт“**, глава 15 **„Договори в туристическия бранш“**.

Учебникът е конципиран по метода на прогресията. Ориентиран е да накара обучаемите да мислят самостоятелно и да стигнат до **собствена езикова продукция**. Четенето и разбирането на специализирана литература също значително би се облекчило в резултат от ползването му.

➤ ПОМАГАЛО

Предназначението му е да обогати и облекчи максимално работата с учебника. То съдържа **18 глави**, които включват:

■ **Списък-речник с непознатата лексика** – Той е изготвен по азбучен ред и е разпределен по *съществителни имена, глаголи, прилагателни, причастия, наречия и устойчиви словосъчетания*.

▶ **Езиков указател** – Той съдържа някои типични стандартни *термини, изрази, фрази, изречения* и т.н. по определена тема и обогатява допълнително специализираните езикови познания.

© **Поговорки / вицове / анекдоти** (към някои от главите) – Основен принцип при подбора им е *отнесеността* към съответната тема. Те са извор на концентрирана народна мъдрост, както и на живия разговорен език, и помагат за по-непринуденото запомняне на сложни устойчиви словосъчетания.

☀ **Ключ** – Той е към някои от упражненията и облекчава значително работата на двете страни, участници в процеса на обучението.

Ключът би бил от помощ и на тези заинтересовани, които се подготвят самостоятелно по учебника.

Имам издаден и още един учебник, предназначен за ученици в специализираните гимназии по туризъм и за студенти от специалността „*Туризъм*“ в колежи и висши учебни заведения, а именно:

➤ **Deutsch im Tourismus intensiv – учебник - част 1 / 2 + помагало** - езиково ниво **A2-B1/B2**, Lettera, Пловдив, 2012

Това издание предлага на обучаемите подходящи, разработени специално за постигането на целите на обучението по немски език в туризма материали (учебни ресурси). Те са съобразени с общоезиковото им ниво и съдържат теоретични текстове, много и най-разнообразни по вид и степенувани по трудност лексикални и граматически упражнения.

Всеки може сам да проследи напредъка си чрез *ключо* към всяко упражнение, позициониран в помагалото. Залага се предимно на креативността на ползвателите на този учебник, те са предизвикани сами да изпълняват различни задачи и да разрешават зададени казуси. В края на всяка тема са поставени *въпроси*, целящи да се приложи вече наученото на практика. *Немско-българският речник* към всяка от темите (в помагалото) облекчава подготовката им.

3.2. Съставяне на речници и разговорници

➤ **Deutsch-bulgarischer Sprachführer HOTELLERIE** - Немско-български речник и разговорник ХОТЕЛИЕРСТВО, МАТКОМ, 2008

➤ **Deutsch-bulgarischer Sprachführer GASTSTÄTTENWESEN UND GASTRONOMIE** - Немско-български речник и разговорник РЕСТОРАНТЪОРСТВО И ГАСТРОНОМИЯ, МАТКОМ, 2009

Те са създадени специално за подготовка на работещите в туризма. Целта им е да се подобри качеството на обслужване и да се облекчи комуникацията в тези два основни сектора в туризма. Ин-

теркултурната им основа отчита народопсихологията, културата и манталитета на немскоговорящите гости, както и някои явления, характерни за *хотелиерството* и *ресторантьорството* и *гастрономията* в немскоезичните страни, които са непознати или нови за нас, напр. места за настаняване според различни критерии (Hotel garni, Jagdhotel/-hütte, Lodge и др.). Тази интер- и социокултурна информация е включена, за да знаят заетите в тези сектори каква би следвало да е поведенческата и езиковата им реакция в специфичен казус с немскоговорящи туристи, какво се очаква от тях и какви са причините за това.

Автор на първия речник-разговорник съм аз, а вторият е изготвен в съавторство със ст. пр. Николай Стефанов. И двамата работим предимно със студенти от специалността „*Икономика и организация на туризма*“, изучаващи немски като първи или втори чужд език.

Двата речника-разговорника представляват компилация на информация от много източници, като освен *специализирана терминология* се предлагат и *устойчиви словосъчетания* в обичайни ситуации в хотела или в заведенията за хранене и в кухнята, както и *примерни диалози* с превод на български език. Цялата информация е концентрирана в стройна система, за да се спести много време за издирването ѝ в други източници. Малкият формат ги прави удобни за употреба, а текстът е четивен и графически много добре организиран.

Тези две издания не са замислени като основни учебници, а по-скоро като *съпровождащи* и *допълващи* обучението помагала. Те имат определено конкретна *практическа насоченост*. Преподавателите в средното и висше образование биха могли да ги ползват в пряката си работа. Те могат да служат и за *самоподготовка* на ученици, студенти, а също и на заетите в тези сектори на най-различни нива (от обслужващ персонал до висши управленски кадри). Задължителна предпоставка за ползването им е владенето на общ немски език на ниво А2/В1.

➤ **УЧЕБЕН** **многоезичен речник:** Български, английски, немс-

ки, френски и руски език / авторски колектив - ИУ-Варна - Част 2.
Туризм, „Наука и икономика“, 2002

Той съдържа основните понятия от специализирания език на туризма на **5 езика**, а моето участие в изготвянето му е като съавтор и преводач на включената в него терминология на немски език. Изключително полезен наръчник е за всички заети в туризма, на които се налага да осъществяват контакти на няколко чужди езика.

4. Заключение

От цялото изложение следва изводът, че модерен и качествен туризъм може да се развива у нас, ако заетите в него кадри разполагат със стабилна подготовка за изпълнение на професионалните си задължения. Задължително *теорията* трябва да е обвързана с *практиката* по време на обучението, а високата степен на грамотност на *матерен* и на *поне един чужд език* са от изключително значение за високопрофесионална комуникация с нашите и чуждестранните туристи. Подготвеността на човешкият фактор тук е от решаващо значение. За оптимизирането на тази подготовка сме отговорни ние, преподавателите, и е редно да направим всичко по силите си, за да излязат от нашите образователни институции действително добри специалисти, готови да приложат на практика всичките си усвоени актуални знания.

Авторвата ми интенция и мотивация, работейки по презентирания учебни материали, беше да откликна на нарастващата нужда от добре подготвен и грамотен персонал за туризма. В никакъв случай не бива да се пренебрегват езиковите компетенции на заетите в него, а напротив – те трябва да се оценяват по достойнство. Владението на *общ разговорен*, но и на *специализиран български* и *чужд език*, ползвани в туризма, би направило обучаемите по-конкурентоспособни на широкия трудов пазар и би им дало повече самочувствие и увереност. Тези познания биха били още едно предимство в кариерното им израстване.

Крайно време е да се осъзнае, че успешното придобиване на интерактивни езикови умения от *първия* до *последния курс* на обуче-

ние в образователните институции е наистина един трудоемък процес, изискващ сериозни усилия, време и специално внимание. Всичко това си струва обаче, защото неминуемо усвоените специализирани знания ще дадат сериозен резултат на един по-късен етап както в личен, така и в обществен план - повишаване на имиджа на България като туристическа дестинация и подобряване на качеството на предлагания у нас туристически продукт.

Данни за автора:

Служебен адрес: бул. „Княз Борис I“ 77, 9000 – Варна

Телефон: 0897 808213

E-mail: margo_popova@ue-varna.bg

ПОЛУЧАВАНЕ НА ФРЕНСКИТЕ ДИПЛОМИ ДЕЛФ/ДАЛФ – ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО И НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИЗУЧАВАЩИТЕ ФРЕНСКИ ЕЗИК

Светлана Тодорова
Икономически университет – Варна
svetlana_todorova@ue-varna.bg

Abstract. In this paper the author reviews briefly DELF/DALF diplomas which are widely recognized in France and French-speaking countries as a document certifying the level of French language competence and one that is valid for life. The paper describes the 4 main competences to be evaluated – listening comprehension, reading comprehension, speaking and writing and analyzes the language skills necessary for each of the six levels /A1,A2,B1,B2,C1,C2/ according to the Common European Framework of References for Languages. The author also examines the opportunities open to holders of said diplomas in view of their successful integration in the European Higher Education Area and finding a position in the European labor market.

In the second part of the paper the author briefly shares her experience as a teacher in the preparatory courses for DELF B2 which, in Bulgaria, seems to be the most popular diploma certifying the level of language competence in French. Specific language activities aimed at improving language knowledge and skills have been illustrated by concrete examples. Accent is placed on certain difficulties that learners face in the process of preparation and the means to overcome them in order to achieve the best results possible.

Keywords: *DELF/ DALF diplomas, Common European Framework of Reference for Languages, language skills*

Създадени през 1985 г. с министерско постановление /и подложени на няколко реформи впоследствие/, ДЕЛФ и ДАЛФ са официални езикови дипломи, издавани от Министерството на национално-

то образование, на висшето образование и на научноизследователската дейност на Франция, с цел удостоверяване нивото на владеење на френски език от чуждестранни граждани и французи, които живеят в страна, чийто официален език не е френският, и не притежават диплома за завършено средно или висше образование в Република Франция. За разлика от останалите сертификати за владеење на френски език, валидността на тези дипломи е безсрочна. Изпитите за получаването им се провеждат чрез 1191 сертифицирани изпитни центъра в 174 страни по света, както и във Франция. В България има няколко такива центъра - /гимназиите с преподаване на френски език в София, Варна и др.- до ниво В2 вкл./, а за всички нива – това са Френският културен институт – София и някои от френските Алианси в България, сред които и Алианс франсез - Варна. Всяка година се провеждат две сесии ДЕЛФ/ДАЛФ – през февруари и юни. Дипломите ДЕЛФ/ ДАЛФ спазват установените международни норми за съчетаване на изпитните елементи. Те санкционират владеењето на френски език на 6 нива, съответстващи на Общата европейска езикова рамка, и са под прекия контрол на Националната френска комисија ДЕЛФ/ДАЛФ, със седалище в Международния център за педагогически науки в Севър. Дипломата за всяко ниво удостоверява владеењето на 4-те езикови компетенции чрез четирите елемента на изпита : слушане с разбирање; четене с разбирање; устно изразяване; писмено изразяване. Тук е важно да се отбележи, че освен езиковите компетенции, оценяването отчита и социокултурните компетенции на кандидатите, познанията им за съвременната действителност във Франция и френскоезичните държави, както и уменията им да общуват /писмено и устно/ в една межкултурна среда на всяко едно ниво на владеење на езика. Изпитът е разделен на две части – колективен /слушане с разбирање, четене с разбирање и писмен изказ/ и индивидуален – беседване с комисијата, състояща се от двама изпитващи. Компонентите на изпита за всяко ниво са едни и същи, като сложеността им е нарастваща. Например писмениот изказ за ниво А1 се состои в написване кратък текст от няколко изречения /покана или отговор на покана/, докато при ниво В2 вече се изисква

съставяне на аргументативен текст под формата на есе или писане на официално писмо с обем 250 думи. Времетраенето на двете части на изпита също варира в зависимост от нивото, като най-дълго е това за ниво C2. /Само за илюстрация – колективният изпит за A1 продължава 1 час и 20 мин., а за ниво C2 – продължителността му е 3 часа и 30 мин./. Скалата за оценяване е базирана върху 100 точки като за придобиване на дипломата за съответното ниво е необходимо кандидатът да е получил минимум 50 точки, а при резултат от по-малко от 5 точки за дадена компетенция, кандидатът се декласира. Изпитът се провежда основно в две версии – за възрастни и за юноши. Версията за юноши е въведена през 2005 г. Тя се състои от първите 4 нива от Европейската езикова рамка : A1, A2, B1, B2. На дипломата тази разлика между версиите не е отбелязана, Единствената разлика между ДЕЛФ за възрастни и за юноши е в тематиката на елементите по време на изпита, които при ДЕЛФ за ученици, са адаптирани към младежките интереси и познания. На по-късен етап са създадени дипломите ДЕЛФ Прим и ДЕЛФ ПРО – съответно за тестване на езиковите умения на деца в началния курс на обучение, както и на знанията по френски език на специалисти в дадена професионална сфера, изучавали френски език за специални цели /бизнес френски/. Друга характеристика на тези дипломи е, че за полагане на изпит при всяко ниво има минимална възрастова граница, която не е задължителна, но е препоръчителна, предвид нарастващата сложност на разглежданите теми, изискващи определен житейски опит /особено за нива C1 и C2/.

Таблица 1

ДЕЛФ/ДАЛФ – варианти

Tout public /за възрастни/	Junior/scolaire /за ученици/	Prim /за деца/	Pro /за професии/
C2			
C1			
B2	B2		B2
B1	B1	A2	B1
A2	A2	A1	A2
A1	A1	A1 Prim	

Източник: www.cier.fr /Международен център за педагогически науки/

Какви възможности предоставят дипломите ДЕЛФ/ДАЛФ? Те са избрани от АЕФЕ /Агенцията за обучение на френски език в чужбина/ за определяне на нивото на техните обучаеми според Общата европейска езикова рамка. У нас тези дипломи се признават на мястото на матурата по френски език от много университети, включително и от ИУ- Варна, и служат при прием в съответната специалност с изучаване на френски език. Тези дипломи /от В2 до С2/ предоставят свободен достъп на притежателите им до всички френски университети и са предимство при кандидатстване за работа във френски и френскоезични фирми навсякъде по света. В някои страни дипломата ДАЛФ С2 дава възможност на титуляра да преподава френски език.

Като сертифициран изпитен център Алианс франсез –Варна организира курсове за подготовка за полагане на изпити ДЕЛФ/ДАЛФ за всички нива, но кандидатите са предимно за нива В1, В2 и С1. Най-многобройни са желаещите да придобият диплома В2 – това са основно ученици от езиковите училища във Варна, но и от Добрич, Русе и т.н., като има и немалко възрастни курсисти. Целите на курсовете са подобряване на езиковите знания и речевите умения за даденото ниво, овладяване на техниките на самия изпит, както и придобиване на по-точни социокултурни познания за съвременната френска действителност. Например за ниво В2 колективният изпит се състои в изслушване на два автентични звукови документа с продължителност от 1.30 мин. до 2 мин. –кратък, който се слуша само един път, и по-дълъг - до 3.30 мин. /слуша се два пъти/, като разбирането се тества чрез отговори на въпроси с многовариантен избор или такива, които изискват свободен отговор. Предвид изучаването на френски извън естествената езикова среда, овладяването на това умение представлява една от най-големите трудности за курсистите. Затова са предвидени упражнения с нарастваща сложност – започва се с такива, които съдържат въпроси само за определяне на тона на говорещите /критичен, оптимистичен, и т.н./, и се стига до тези, които тестват възприемането на документа в детайли. Друга трудност представлява устният изказ. Той се състои в монолог от 10 мин./с

предварителна подготовка 30 мин./, който е всъщност аргументирано изложение на мнението на кандидата по даден проблем, повдигнат от кратък въвеждащ текст, след което се провежда събеседване от 10 мин. с комисията, целящо защитаване на изразената позиция. Тук упражненията започват от кратко изложение на гледна точка по даден проблем /напр. – насилието в училище, равенството между половете и др./, като целта е обогатяване на изразните средства и трениране на устните речеви умения, за да се стигне до обосновано и логически свързано изложение на лична позиция, с желаната продължителност.

В заключение можем да кажем, че френските дипломи ДЕЛФ/ДАЛФ, разкриват много нови и примамливи възможности за реализация пред своите притежатели, а подготовката за придобиването им позволява на кандидатите да подобрят значително своите езикови познания и речеви умения, както и да опознаят по-добре Франция и френскоезичните страни. Тези дипломи са въведени в България след присъединяването на страната ни към ЕС.

Използвана литература

1. ALLIANCE FRANÇAISE (2008). *Référentiel de programmes pour l'Alliance Française élaboré à partir du Cadre Européen commun*. Paris : CLE international.
2. TAGLIANTE, C. (2005). *L'évaluation et le Cadre européen commun*. Paris : CLE international/SEJER.
3. DUPOUX, B. et.al (2006). *Réussir le DELF Niveau B2 du Cadre européen commun de référence*. Les Editions Didier.
4. www.ciep.fr. [Accessed: 21/4/2017].

ПРОБЛЕМИ И КОНФЛИКТИ ПРИ ПРЕДОСТАВЯНЕТО НА СОЦИАЛНИ УСЛУГИ НА МЕСТНО НИВО

Иванка Банкова

Варненски свободен университет „Черноризец Храбър”

bankova.v@gmail.com

Abstract. Subject of analysis and evaluation in the proposed paper are the problems and conflicts by the delivery of complex social services at local level. The research problem arises from the fact that the social services are being delivered and consumed in the conditions of a variety of limitations of a normative and an administrative character. On local level there is no common information basis for the delivered complex social services. The development of the social services is unequal – they are divided into delegated and local. The cooperation between public institutions, non-governmental sector, local authorities and civil society is still ineffective. The social services are in a large scale dependent on the complicated system of financing, reporting and formation of the different social funds. The mixture of economic, political and administrative approaches in their management provokes and sets up misbalances, which occur to be serious factor for arising of difficultly solvable conflicts in the process of management and effective structuring of the complex social services. On local level there is missing a clear mechanism for evaluation of needs of social services for the risk groups of the population. To overcome the conflict zones there is a necessity of real reading of the needs and opinion of consumers, as well as public acknowledgement of results with the purpose to allow the suppliers of social services to plan their activity according to evaluations made.

The paper defends the thesis that in order to improve the quality of life of vulnerable groups and to successfully overcome problems and manage conflicts, the complex social services need to be individually oriented and to be of larger territorial scale. This could be realized through the realization of integrated policies and effective inter-municipal partnership and inter-sectoral collaboration.

Keywords *problems, conflicts, social services, management*

Въведение

Предизвикателствата пред развитието на системата на социални услуги са свързани с преодоляването на някои проблеми и конфликти. Анализът в настоящия доклад има за цел да изведе основните конфликтни фактори и на тази основа да идентифицира конфликтни зони, успешното управление на които би спомогнало за подобряване качеството на живот на уязвимите групи и социалната им интеграция.

Материали и методи

Използваните изследователски методи се свеждат до проучването на информационни, нормативни източници, анализ и обработка на данни от официалния сайт на Агенцията за социално подпомагане, изследване на добри практики.

1. Конфликтологичен анализ на предоставяните социални услуги на местно ниво

Териториалното покритие на социалните услуги по населени места в страната е неравномерно и обикновено отразява различията в числеността на населението. Тенденцията в развитието на социалните услуги е за нарастване на предоставяните в общността социални услуги, което се потвърждава от данните предоставени от Агенцията за социално подпомагане в годишните отчети. Броят на социалните услуги в общността за възрастни хора и хора с увреждания за 2013 г е 381; за 2014 г. 412; а за 2016 г. е 490. Броя на специализираните институции за 2013 г е 162; а за 2016 г. е 160.

Според анализите в Националната стратегия за дългосрочна грижа 2014-2020 г., все още преобладава институционалният модел на предоставяните услуги, особено за хората с увреждания и възрастните хора, като рядко институционалната грижа се характеризира с деперсонализация, липса на гъвкавост в дневния режим и програма, групов подход и социална дистанция. Независимо от държавната политика, в България търсенето на институционална грижа не нама-

лява, особено за стари хора и хора с увреждания.

Съгласно Закона за социално подпомагане (чл. 18а; Нов. ДВ, бр. 15/2010 г.,(1) изм. бр. 8/2016 г.) Кметът на общината управлява социалните услуги на територията на съответната община, които са делегирани от държавата дейности и местни дейности, отговаря за спазването на критериите и стандартите за предоставяне на социални услуги и е работодател на ръководителите на тези услуги, с изключение на случаите по ал.3. Благодарение на това на общините се предоставя възможност да развиват и управляват услугите на местно равнище въз основа на идентифицираните потребности на населението от конкретни социални услуги.

Един от сериозните проблеми, за голяма част от рисковите групи е жилищният, но той не е изведен като специфичен за решаване проблем в системата за социално подпомагане, както е идентифицирано в доклада „Повече от същото или мимикрията – болест по социалните услуги в България“ (2013). Липсва и отчетлива държавна политика за жилищно осигуряване на хора с ниски доходи или специфични потребности. Тези въпроси продължават да се решават само от една структура, което е белег за институционален подход, поставящ сериозни бариери пред промяна на институционалната култура и подкрепа към нуждаещите се.

На национално равнище липсват ясно регламентирани и диференцирани стандарти за качество на отделните социални услуги, съобразени с тяхната специфика, както и на измерими индикатори за качество. В законодателството са предвидени предимно количествени измерители, които не измерват какво се случва на „изхода“ на услугата.

На местно равнище липсва ясен механизъм за оценка на нуждите от социални услуги за рисковите групи от населението. Необходимо е активното привличане на самите потребители при оценката на техните потребности, както и публично оповестяване на резултатите, за да могат доставчиците на социални услуги да планират своята работа съобразно оценките е обобщено в Годишния доклад за 2015 г. Основна причина за дисбаланса при планирането и разкрива-

нето на различни услуги е отсъствието на маркетинг на дадена услуга. Планирането и разработването е по преценка на доставчиците на социални услуги, което е причина за наличието на пазара на формални услуги. Не на последно място, липсва достъпна и актуална информация за пълната номенклатура от социални услуги: кой ги предоставя, цените и условията, при които могат да бъдат ползвани. Недостатъчно ефективно е и сътрудничеството и координацията между звената, ангажирани с предоставянето на социални услуги (държавни, местни и доставчици).

2. Конфликтни зони при предоставянето на социални услуги

Съществуващите проблеми и предизвикателства при предоставянето на социални услуги, обособяват конфликтни зони характеризиращи се с:

- Недостатъчен брой услуги за възрастни хора и хора с увреждания, които да отговарят комплексно на потребностите и неравномерното им териториално разпределение, както и търсенето на институционална грижа, поради липса на алтернатива на услуга, която да осигури достоен и независим живот в естествена домашна среда и в общността;

- Недостатъчно е финансирането на социалните услуги, обикновено доставчиците получават финансиране по различни проекти, което влияе върху дългосрочността и ефективността на услугите. Ограниченията в общинския бюджет и липсата на анализи, показващи реалната стойност на услугите, допълнително затрудняват издръжката на съществуващите звена;

- Липса на приобщаваща архитектурна среда;
- Невисоката добавена стойност на услугите предоставяни в домашна среда, както и липсата на социално признание и отсъствие на мотивация у социалните работници, ограничават развитието им като реален сектор на икономиката;

- Предоставяните услуги са недостатъчни като брой, разновидност и капацитет и не удовлетворяват изведените потребности на всички идентифицирани целеви групи, липсват индивидуално ори-

ентирани услуги;

▪ Сегашният пазар на социални услуги предлага ограничен брой услуги, които се предоставят на терен. Такива услуги биха имали ефект върху маргинализирани етнически групи, живеещи в условията на гето; правонарушители; проституиращи младежи; зависими; с психични заболявания и др.

Заклучение

Социалните услуги са един от важните инструменти по пътя на изпълнение на базовите направления на социалната политика: деинституционализация и социално включване на уязвими групи и лица. Преодоляването на проблемите и управлението на конфликтите може да се реализира чрез ангажираното участие на всички заинтересовани страни, ефективното партньорство и междусекторно сътрудничество и коректното прилагане на европейското и българско законодателство.

Използвана литература

1. Закон за социално подпомагане. ДВ, бр. 56/1998, посл.изм.и доп. бр. 8/2016.
2. Годишен доклад за 2015 г. за изпълнението на Плана за действие за осигуряване на равни възможности за хората с увреждания 2014 – 2015 г., МС Прот. № 13.3/30.03.2016.
3. Национална стратегия за дългосрочна грижа 2014-2020 г. [Online] <http://www.strategy.bg/StrategicDocuments/> [достъпно:14.04.2017]
4. Повече от същото или мимикрията – болест по социалните услуги в България [Online] <http://www.cil.bg/> [достъпно:10.03.2017]
5. Агенция за социално подпомагане, [Online] <http://www.asp.government.bg> [достъпно:16.04.2017]

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕН АСПЕКТ НА ЗАЕМКИТЕ В СЪВРЕМЕННИЯ БЪЛГАРСКИ ЕЗИК В ПЕРИОДА НА ПРЕХОДА

Невена Мартинска

Университет по архитектура, строителство и геодезия,

София

nmartinska@yahoo.com

Abstract. Sociolinguistic View of Loan Words in Contemporary Bulgarian Language during the Transition Period

The topic of the report is connected with groundless rush of loan words in our native language during the early years of the transition period. From sociolinguistic point of view the report reveals certain social groups, professions and specialists from different fields of science and knowledge, who tend to use loan words instead of their Bulgarian equivalents.

The research work has been realized among teachers, university lecturers, doctors, lawyers, journalists. It has been made morphologic, syntax, and linguistic analysis of terms and everyday words in accordance with their social role in the community, and contrastive analysis as well as the approximate percentage of loan words usage have been presented.

Keywords: *loan words, sociolinguistic point, science and knowledge, transition period*

Един от основните аспекти на всяко социолингвистично изследване е да се вземе под внимание социалния статус на говорещите, независимо дали ги възприемаме като част от речевата им характеристика, или като елемент от интерактивната среда. Начинът, по който се извършва процеса на общуване е структуриран, а социалните мрежи, формирани по този начин, са до голяма степен зависими от наличието и адекватното използване на речевите варианти на

участниците в комуникацията, както и обратно. Ситуативността изисква от говорещите да се съобразят с кого говорят, кога, къде, с каква цел, и какви резултати се очаква да постигнат.

Целта на този доклад е да покаже някои от наблюдаваните случаи, при които английски заемки се използват в различна степен в родния ни език. Основните причини, които влияят върху процеса на заемането на нови думи от чуждия език са икономическите и социални промени, иновациите, свързани с техническите постижения, компютъризацията и използването на социалните мрежи.

Изследваната база данни изисква минимални технически средства: уши, молив и лист хартия. По-важна е сетивността на наблюдаващия и неговата чуваемост за езиковите форми и промени в тях.

Всеки ден в пресата четем думи като корпорация, холдинг, оферта, бизнес среда, офис, фирма. Заемките служат също и за да дадат наименование на различни компании: Евробизнес клуб, Биокинет, Калория, Балкан Холидейс, Балкан Ер Тур, Глобъл Турс, СТС Комерс, и т.н.

За да обясним тази лингвистична вариативност в родния ни език трябва първо да дадем определение на понятието „лингвистична норма“. Уилямс и Шопен твърдят че това е „всяка една лингвистична характеристика, която се явява постоянно в речта на повече от един говорещ в дадена общност“. Тя може да бъде фонологична, морфологична, лексикална или синтактична. Има три важни особености, които са тясно свързани с лингвистичната норма.

- социалната идентичност на говорещия
- стилистичната характеристика на думите
- лингвистичната норма, релевантна към ситуацията

Изследването на лингвистичната норма зависи от няколко фактора: възраст, пол, социален произход, социален статус, образование, родно място, местоживееене и работно място.

Първоначално думи като презентация, хайлители, мейнстрийм, релевантен, маргинален се използват от определени социални групи, предимно високообразовани хора. Постепенно те се превръщат в езикова норма и започват да се употребяват и в радио, телеви-

зия, вестници, а също и в ежедневието. Това показва как лингвистичните вариации могат да осигурят полезен индекс на социалните структури в обществото.

От една страна тестът за вариативност показва че една норма може да бъде заменена от друга, без да се променя семантичната характеристика, напр: представяне / презентация; отчуждение / алиенация; олицетворение / персонификация. От друга страна обаче, много от заемките, които станаха популярни в родния ни език след демократичните промени, са общоприети не само в нашата страна, но са и международно използвани, напр: мениджмънт, форуърд пазар, ноухау, ваучер, маркетинг, дистрибутор и т.н.

Разбира се, има общества, или социални групи с обособени местни характеристики. Затова бихме използвали термина социолингвистична вариативност. Според Шопен и Уилямс това е „лингвистична вариативност, чувствителна към социалния контекст“. Знаем, че социолингвистична вариативност се явява тогава, когато някои характеристики на социалната група или социалната ситуация позволяват да се предвиди коя от лингвистичните норми ще се прояви като вариант. Това е феномен, който ни дава възможност да погледнем както в същността на езика, така и в социалната структура. Нашата задача е да разберем кои са действащите лингвистични механизми, съотносими към разговора, и как говорещите избират сред определени вариативни норми. Също така трябва да вникнем и в историческите фактори, които влияят върху характеристиките на езиковото поведение на говорещия, на слушателя, на ситуацията, и на темата. Семантично погледнато, правилно означава „общоприето“ или „социално приемливо“. Някои социолингвисти твърдят, че думите нямат никакво реално значение, когато са съпоставени с тяхното „грешно значение“. Значението, което хората отдават на думите, има своето реално значение само и единствено в конкретна ситуация. Разликата е в граматически неправилно и социално неприемливо. Официалният, книжовният език, е неподходящ в неформална среда, както и неформалният е неподходящ в официална среда. Едни от най-важните предпоставки за лингвистичната еволюция са соци-

алната промяна и културния обмен. След промените от 1989 г у нас се заговори за ‘народен вот’ в м. глас, ‘електорат’, в м. избиратели и те изцяло заместиха българските еквиваленти. Миграцията и урбанизацията също са важни фактори, които оказват влияние върху лингвистичните промени.

Целта на това лингвистично изследване е да покаже как хората говорят помежду си когато не са системно наблюдавани. В зависимост от ситуацията понякога те използват думи, фрази или изречения, които не биха ползвали при по-официално общуване. Тогава може да се говори за смяна на стиловете, а лингвистичната вариативност се проявява в резултат от социалния контекст. Лабов нарича това „cumulative paradox”. Целта е да се наблюдават говорещите не когато са поставени в екстремна ситуация, а когато несистемно се заслушахме в процеса на комуникация.

За период от два месеца беше направено изследване на 30 души – учители, юристи и лекари, 50% жени и 50% мъже, на възраст от 30 до 60 и над 60г. Резултатите са получени вследствие на естествен, непринуден разговор и кратки интервюта. Наблюдава се социолингвистична вариативност, която се основава на няколко фактора: възраст, пол, социален произход, социално положение, образование, родно място, местоживеене, работно място. Изследването е представено в следната „импликационна скала“ (Пачев):

Таблица 1

английска заемка / български еквивалент	учители	юристи	лекари	30-45	45-60	60+	мъже	жени
дистрибутор/ разпространител	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	- +	+ -	+ -
масмедии/ с-ва за масова информация	- +	- +	+ -	+ -	- +	- +	- +	+ -
презентация/ представяне	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	- +	- +	+ -
имидж/ образ, авторитет	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -
виктимизация/ висок ръст на престъпността	- +	+ -	+ -	+ -	+ -	- +	+ -	- +
мениджър/ управител	+ -	+ -	- +	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -
рекет/ изнудване	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -
приватизация/ раздържавяване	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -
кеш/ в брой	- +	+ -	+ -	+ -	- +	- +	+ -	- +
бодигард/ телохранител	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -

Където: + повече от 50% са положителни отговори

- повече от 50% са отрицателни отговори

Резултатите показват, че хора от различни професии имат различни предпочитания по отношение на употребата на заемки от английски език. Дори в един обикновен ежедневен разговор учители, юристи и лекари предпочитат да използват думи като имидж, рекет,

приватизация вместо българските им съответствия. Повечето от участниците в анкетата на възраст до 60 г. са склонни да използват заемки. Поколението над 60г. и особено по-възрастните над 70 и 80г. са по-консервативни по отношение на вариативността на езика. Някои заемки като „масмедии“ и „презентация“ са по-често предпочитани от жените. Наблюденията сочат, че все по-широк обхват от лингвистични варианти се използват повече от жените, отколкото от мъжете. Вероятно жените са по-чувствителни към изтънчения изказ. При всички случаи думи като кеш, бодигард, дистрибутор са еднакво възприети и използвани и от двата пола.

От друга страна, при анализ на лингвистичните варианти се наблюдават някои семантични промени. Обикновено в парадигмата на преводната версия има несъответствие в значението на думата на български език. Един съпоставителен анализ и корелация между „бодигард“ и „телохранител“ от една страна, и „секюрити“ и „охрана“ от друга, показват че тези лингвистични двойки са неправилно използвани. Например: Имаме бодигард в училище /със значение на охрана/. Бодигардът е лична охрана. Той се грижи за сигурността на един човек, а не на институцията.

Един морфологичен анализ на заемките показва, че обикновено чуждата дума се съчетава с глаголна морфема или суфикс. Това се наблюдава през последните години и е особено характерно за терминологията от информационните технологии и социалните мрежи. Например: download-вам, update-вам, upgrade-вам, fetch-вам, tag-вам, like-вам, hate-вам, log-вам се, check-вам, share-вам, enjoy-вам се. Или се съчетават с категорията определеност и така се превръщат в съществителни имена, напр.: нов рекорд в upload-a.

Езикът като социално явление се променя, а младите хора, като най-гъвкавата част от обществото, притежават изключителна сетивност и винаги са готови да посрещнат предизвикателствата на времето. Поради тази причина „изборът на лингвистичен вариант“ е най-важен, защото според Лабов „това е фокусът за изучаване на говорещото общество“. Огромен ефект върху слушателите и читателите има употребата на нови езикови форми, използвани от по-

представителната част на обществото. Важно е да се вземат под внимание новостите, лингвистични или не. Има социални групи, които са адаптивни и с готовност приемат факта, че езикът е жива система и се развива, и пуристи, които твърдо отхвърлят заемките. Вярвам, че трябва да отстояваме родния си език, за да запазим идентичността си, но в същото време значимостта на езиковата еволюция е в прогреса и интеграцията.

Използвана литература

1. ВИДЕНОВ, М. Социолингвистика. С. (1982)
2. ВИДЕНОВ, М. Езиковедски щрихи и етюди. С.(2013)
3. ЙОРДАНОВА, Л. Езикът на промяната. С. (1993)
4. СТОЯНОВ, С. Граматика на българския книжовен език. С.(1980)
5. ПАЧЕВ, А. Малка енциклопедия по социолингвистика. (1993)
6. LABOV, W. Sociolinguistic patterns. (1975)
7. SHOPEN, T. and WILLIAMS, J. Style and variables in English.

THE LANGUAGE OF TECHNOLOGY START-UPS AND BUSINESS SUCCESS

Kristana Ivanova, Diana Miteva
University of Economics – Varna
kristana_ivanova@ue-varna.bg

Abstract. Professional business English has established itself as the global language of business for quite some time. Business analysts, business cultural studies experts and language theoreticians alike have agreed that professional English is the *lingua franca* in the world of business. Nevertheless, it seems that certain locations have their own specific and exclusive jargon. For instance, in order to really make it in business, some organisations and business people in Silicon Valley now need to ‘learn’ a new language – the language of high tech and start-ups.

This paper focuses on the case of the language of Silicon Valley while exploring the wider context of technology language and business language interference. It aims to argue that technology jargon has penetrated the language of business to such an extent that now it has a substantial impact on securing financing, building relationships, and expanding networking way beyond the IT domain.

Just like technological disruptions have fundamentally changed global business, the language of technology has profoundly changed the current language of business. Furthermore, while once it took decades for specialist terms to move into the mainstream, such linguistic spillover has now been growing at an exponential speed. The expansion of tech language has not just impacted the world of business but also everyday talk largely due to the global proliferation of social media.

Speaking an industry jargon as a prerequisite for business success is admittedly essential. It is ultimately the communication skills that can make or break a professional career in the tech world. In the context of successful business communication it is imperative for entrepreneurs, managers and investors in the field of IT start-ups, be they native

speakers or international users of English, to make sure they share the same up-to-date sociolinguistic code in that specific domain and region.

Keywords: *technology start-up language, success, international business*

Introduction

Nowadays organisations predominantly use business English to conduct business internationally. While English-isation of international business has long ceased to impress, another phenomenon has been observed among successful business professionals in the IT sector. It seems that even graduates of top business schools who also happen to be native speakers of English need to ‘learn’ a language within the jargon of business language to actually make it in business in Silicon Valley, the global start-up and IT leader. This newly acquired jargon spoken in high-tech Silicon Valley companies is protean and flexible and it has proven more than indispensable for professionals to succeed. Often called ‘technobabble’, ‘geek speak’ or ‘Valley lingo’, this jargon of tech start-ups seems to have become the latest frontier for high-tech entrepreneurs, or techpreneurs, to conquer.

Start-up and tech jargon is one of the three richest sources of new vocabulary, as indicated by Merriam-Webster, the oldest dictionary publisher in the USA. In February 2017 alone, this well-established dictionary of American English expanded by 1,000 new words (Merriam-Webster, Feb 2017). Merriam-Webster identified a trend for new tech terms to refer to the way we deal with technology rather than items of technology. As an illustration, in Feb 2017 Merriam-Webster listed terms that describe how technology is ‘managed, deployed, and organized,’ hence the nouns *net neutrality*, *abandonware*, and *botnet*, or the verbs *binge-watch*, *photobomb*, and *ghost*, etc. Merriam-Webster emphasized that no term was more than twenty years old.

Start-up and tech language has become so important for business success that even a start-up tech glossary was crowdfunded on kickstarter.com for budding techpreneurs to use (KOPP and GANZ,

2017, 2016), with a support website (www.siliconvalleyspeak.com) that offers flashcards, etc. to diligent learners. Kopp and Ganz explain in the preface that once they moved to Silicon Valley, they found language a challenge, even though one had a PhD in Computer Science and the other an MBA, and both are native speakers of English. Having crowdfunded their glossary in 2016, the authors felt compelled to update it several months later in Feb 2017, as they believed new words were being coined dramatically fast.

Many have contributed to the effort of describing and defining tech language, for example, WIRED has had its column since 2005, aptly named *Jargon Watch*, a *Lexicon for the Digital Age*, with its author publishing more research (KEATS, 2011).

Material and methods

Three tools were used to cross-check sample material from the list of words compiled by Kopp and available at:

<http://www.wordnik.com/lists/words-covered-in-valley-speak--deciphering-the-jargon-of-silicon-valley>.

The News on the Web corpus, available at: <http://corpus.byu.edu/now/>, was used to measure the frequency of use of the sample material in web-based newspapers and magazines in 2010 and 2016 respectively. The social analytics tool, keyhole.co, was used to observe any spillover of the sample material in general use by real-time tracking of the sample material in Twitter. [Wordspy.com](http://wordspy.com), a new words tracker, was used to cross-check the dating and meaning of some of the sample material.

Results and discussion

Table 1. illustrates the exponential speed of the jargon spillover in the mainstream language.

Table 1.

Some examples from the Sample Material: Frequency of use (2010 – 2017)

Word/Phrase	Frequency (via News on the Web Corpus)		Hashtag tracking for Twitter (via Keyhole.co) March – April 2017				
	2010	2016	Posts	Users	Impre-ssions	Reach	Period
boil the ocean	1	13	46	45	108,338	107,143	7 – 16 April
blockchain	7	7,926	2,480	1,177	69,885,373	13,519,021	25 March -16 April
burn rate	16	206	75	74	517,068	508,387	12 - 17 April
clickbait	1	718	662	632	14,560,171	6,792,444	16 April, 12 am – 17 April, 4 pm
disruptive technology	30	479	41	38	546,119	535,732	15 April, 8 pm – 17 April, 4 pm
eat your own dog food	1	3	17	15	13,555	13,417	9 April, 12 am – 17 April, 12 am
full ratchet	0	7	4	4	4,213	4,213	9 April, 12 pm – 16 April, 12 am
gig economy	45	708	129	124	11,105,993	11,085,844	25 March – 16 April
growth hacking	0	121	47	43	540,664	443,190	14 April, 12 am – 17 April, 4 pm
nootropics	2	108	526	356	1,263,463	944,685	10 April, 12 am – 17 April, 12 am
seed round	22	309	158	133	9,618,648	9,536,052	12 April, 12 am – 17 April, 12 am

Let's focus on *gig economy* as an example. The term refers to the 'economic sector consisting of freelancers who take on a series of small jobs, particularly when those jobs are contracted online using a website or app' (*Word Spy*, no date). It was first used in 2009 in the *Daily Beast*, (*Word Spy*, no date). The phrase appeared in the US publication *Atlantic* in 2010 (the NOW corpus) with a fairly low frequency of use (45) which expanded in the next decade to reach 708 examples of use in 2016 in global publications such as: *the Irish Times*, *the Guardian*, *CIO Australia*, *the Australian Financial Review*, *Singapore Business Review*, *Calcutta Telegraph*, *Information Nigeria*, etc. (the NOW Corpus, Dec 2016). Hashtag tracking for Twitter (*keyhole.co*, 2017) recorded 129 posts of 'gig economy' by 124 users with 11,105,993 impressions and 11,085,844 reach between 25 March and 16 April 2017, for example: *the New*

Yorker, @New Yorker, Mar 25: *The jargon of extreme self-reliance is how the gig economy masks its essentially cannibalistic nature* (<https://t.co/OHexMmrzQH>).

Cross-checking has confirmed that the sample material of start-up and tech jargon has significantly expanded its frequency of use, making it crucial for understanding business topics intended for both specialised and general audiences. Moreover, ‘learning’ this jargon has become essential in securing financing, maintaining networking, and making it in business. The linguistic spillover of this professional language has been facilitated by further dissemination in popular culture with series such as HBO *Silicon Valley* or movies such as *The Social Network* (Weinberger, 2016).

Conclusion

This paper highlights certain trends in the development of English for business purposes with a clear focus on the case of the Silicon Valley jargon.

It has been hypothesized that just like technological disruptions have fundamentally changed global business, the language of technology start-ups has profoundly affected the current language of business. Several tools have been used for cross reference, demonstrating the exponential speed of the techno jargon spillover in the mainstream language of business.

With Silicon Valley companies expanding globally (*Forbes, 6 Silicon Valley Companies Going Global*, 2014), it can be forecast that the language of techno start-ups that goes with the expansion is going to become an even stronger make-it-or-break-it factor for international business. Companies and individuals that embrace it and take a concerted effort to use it will have a much stronger competitive advantage.

References

1. *Forbes, 6 Silicon Valley Companies Going Global* (2014). Available at: <https://www.forbes.com/sites/drewhendricks/2014/12/08/6-silicon-valley-companies-going-global/#7159ccc6cf96> (Accessed: 17 April 2017).
2. KEATS, J. (2011) *Virtual Words: Language on the Edge of Science and Technology*. Oxford University Press.
3. *keyhole.co* (2017). Available at: <http://keyhole.co/realtime/TepeFY/gig-economy> (Accessed: 17 April 2017).
4. KOPP, R. and GANZ, S. (2017) *Valley Speak: Deciphering the Jargon of Silicon Valley*. 2016, upda edn. Genetius Publishing, Amazon. Available at: www.siliconvalleyspeak.com (Accessed: 14 April 2017).
5. Merriam-Webster (2017) *New Dictionary Words | Feb 2017 | Merriam-Webster*. Available at: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/new-words-in-the-dictionary-feb-2017> (Accessed: 14 April 2017).
6. Weinberger, M. (2016) *How HBO's 'Silicon Valley' gets real tech industry right - Business Insider, Business Insider*. Available at: <http://www.businessinsider.com/how-hbos-silicon-valley-gets-real-tech-industry-right-2016-5> (Accessed: 17 April 2017).
7. *Word Spy* (no date a). Available at: <http://www.wordspy.com/index.php?word=gig-economy> (Accessed: 17 April 2017).
8. *Word Spy* (no date b). Available at: <http://www.wordspy.com/> (Accessed: 15 April 2017).
9. <http://www.wordnik.com/lists/words-covered-in-valley-speak--deciphering-the-jargon-of-silicon-valley>

РОЛЯТА НА ТРАНСФЕРИТЕ ПОД УСЛОВИЕ И ВЪЗДЕЙСТВИЕТО ИМ ВЪРХУ ПРЕЖДЕВРЕМЕННОТО НАПУСКАНЕ НА УЧИЛИЩЕ

Ивелина Димитрова
Икономически университет – Варна
i.dimitrova@finance-varna.com

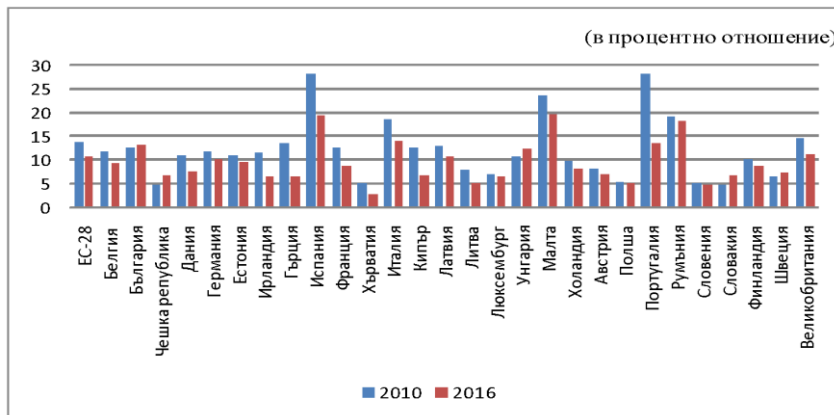
Abstract. To reduce the rates of early school leaving is one of the main goals of EU in terms of education. The member states utilize instruments like conditional cash transfers seeking changes through the applying of behavioral terms.

Keywords: *conditional transfers, poverty, unconditional transfers*

С приемането на стратегия „Европа 2020” държавите-членки на ЕС поемат ангажимент да подобрят действията си в няколко ключови области, сред които е и образованието. Задачата намира отражение в две подцели: намаляване дела на преждевременно напусналите училище (ПНУ) средно за Съюза до 10% към 2020 г. и увеличаване на процента от населението с висше образование до поне 40% сред лицата на възраст 30-34 г. Държавите самостоятелно интерпретират целите, като част от тях определят таргетни нива по първата подцел много по-ниски от средните (Унгария – 4%, Полша – 4,5%, Словения – 5%). За посочения период България определя целево ниво от 11%. По прогнозни данни делът на ПНУ като част от населението на ЕС-28 за 2016 г. е 10,8% (вж. фиг. 1), спрямо 13,9% за 2010 година

Желанието за промяна на тези проценти не е случайно, тъй като повишаването на образователното равнище оказва пряко въздействие върху обществото. През 2015 г. пред 51% от лицата с основно образование в България съществува риск от изпадане в бедност, докато при тези с висше образование застрашени са едва 3,2%. Държави с подобни нива на риск от изпадане в бедност при завършено са-

мо основно образование са Литва (45,1%) и Румъния (40,0%), при средно 29,8% за ЕС-28 през 2015 година.



Фигура 1. Дял от общия брой на населението на преждевременно напусналите образование и обучение

Източник: Евростат

В опит да се разреши проблемът държавите прилагат трансферите на социалната политика. Те могат да бъдат с условие (ПТУ) или без наличието на условия. Използването им зависи от политическите настроения в държавата, изградената социална мрежа и др. Ако мнозинството смята, че бедността и произтичащата от нея недостатъчна образование са резултат от външни фактори, програмите без условия ще бъдат по-желани (TÁRKI, Social Research Institute, 2014).

ПТУ се разглеждат като по-справедлив начин за преразпределение на доходите към лицата, работещи за подобряване на собствената си ситуация. Те са своеобразен социален договор, чрез който обществото подкрепя заслужаващите бедни (Fiszbein, A. et.al., 2009). Най-често се прилагат по отношение на децата в домакинството, тъй като те не могат да бъдат отговорни за изборите, които правят родителите им.

В един по-общ смисъл прилагането на ПТУ може да се разг-

лежда и като мериторично благо, тъй като обществото като цяло извлича ползи от по-здрави и образовани поколения.

ПТУ рядко биват универсални, обикновено се отпускат след извършването на доходен и/или имуществен тест, т.е. лицата, от които се състоят целевите групи, са предимно представители на нискодоходните групи.

Програми, оказващи най-голямо влияние върху образованието от типа ПТУ, са семейните/детските надбавки и стипендиите, като най-широко разпространение има първият вид. При семейните и детски надбавки най-често прилаганото условие е удължаване на периода, за който може да бъде получаван трансферът при продължаващо образование. Обичайно освен максимално допустима възраст (България – 20 г.; Германия – 25 г.; Естония, Хърватия, Кипър и Латвия – 19 г., Люксембург – 25 г.; Малта – 21 г.; Португалия – 24 г.; Словения – 26 г.), държавите определят и образователна степен, до достигането на която сумата се отпуска. Това обаче може да доведе до лошо представяне и поведение в училищната среда, които да резултатират в повтаряне на учебна година и така да се удължи периодът за получаване на трансфера, тъй като в практиката такова поведение рядко бива санкционирано, като един от малкото примери за това може да бъде открит в Румъния.

Страните, прилагащи увеличение на възрастта, отчитат нива на преждевременно напуснали училище под или около средните за Съюза. Изключение правят Малта и Португалия (вж. фиг. 1). При все това, от стартирането на стратегия „Европа 2020” до 2016 г. Португалия отбелязва спад от 14,7% за разглеждания показател.

Докато със семейните (детски) надбавки обичайно се цели въздействие върху училищната посещаемост, те ще окажат влияние единствено върху бенефициентите. Следователно всички останали извън целевата група не биват санкционирани при нарушение. За да се избегне проблемът, лицата извън целевата група обичайно са обект на друг вид рестрикции (училищни правила и наказания). Ако трансферът е универсален, тогава бенефициенти ще са всички деца в държавата, независимо от дохода на домакинството (така санкциите

не се ограничават по отношение само на нискодоходните групи), но това ще изисква и значително по-голям бюджет за програмата.

Едновременно със стимулирането на редовната посещаемост на учебно заведение, ПТУ редуцират и настоящата бедност, която може да се разглежда като една от причините за ПНУ и започване на работа. За да избегнат такава ситуация част от държавите, сред които е и Холандия, позволяват на учениците си едновременно да работят (стига да не надхвърлят определен доходен праг) и да получават образование, като трансферът не се прекратява, ако всички условия са изпълнени.

Основната задача на семейните и детски надбавки обаче не е въздействие върху образованието. Това е само е едно от полетата, върху които паричният стимул оказва влияние. Затова не следва да се разчита единствено на този вид плащания, когато се търси промяна в образованието.

Докато семейните и детски надбавки са обърнати предимно към повишаване на училищната посещаемост, стипендиите се съсредоточават върху академичното развитие на бенефициентите, като сумите вече се получават от самите ученици. Този вид трансфери много по-трудно може да се приложи без условия и обичайно се съчетава с положителни стимули. Едни от най-масовите програми могат да бъдат открити в Обединеното кралство, като в Шотландия и Уелс получаващите стипендии към 2015 г. са приблизително 28% (33 180) и 31% (28 770) респективно, от всички лица във възрастовата група над 16 години, които са и бенефициенти на детски надбавки.

Стипендиите позволяват работа по двете образователни подцели на „Европа 2020”, ограничавайки нивата на ПНУ чрез трансфери за добро представяне. Така нараства и вероятността лицата да пожелаят да завършат висше образование.

Но при стипендиите (най-вече за успех) може да се открие и действието на ефекта на заместване, като паричните стимули, увеличават ползите от времето, прекарано в учение, а едновременно с това нараства и алтернативната цена на свободното време, правейки го по-малко атрактивно. От значение е и очакваната бъдеща възв-

ръщаемост от получаваното образование, която ако бъде определена като недостатъчна от ученика и/или семейството, също може да доведе до преждевременно прекъсване на образование.

Независимо от вида на ПТУ от първостепенно значение за успеха на програмата са мониторингът и навременната реакция на база обработената информация. Именно тези стъпки отличават трансферите с условия. „Наказанията” (отрицателните стимули) следва да бъдат прилагани скоро след неизпълнение на предварително определените условия, в противен случай се отслабва ефективността на връзката трансфер-изпълнение. Така например в Белгия (Фландърс) програмата се задейства едва две години след нарушаване на условията за получаване на училищна надбавка. Именно мониторингът оскъпява програмите поради нарасналия брой участници и допълнителните мерки. Но веднъж изградена, системата може да се прилага и по отношение на други програми.

Какъвто и трансфер да предпочете държавата да прилага, той не следва да се приема за панацея. В България, въпреки наличието на детски надбавки от типа ПТУ със стимул, ограничаващ нередовната посещаемост на учебно заведение, се отчитат повишени нива на преждевременно напусналите образование от 12,6% за 2010 г. до 13,4% за 2016 г.

Важно е да се обърне внимание на факта, че програмите не съществуват самостоятелно. Успехът им е обвързан с много други едновременно действащи механизми и политики, дори с разбиранията на обществото за бедността. Именно поради тези различия може да се предположи, че копирането на дадена програма и прилагането ѝ в друга държава няма непременно да донесе търсените резултати.

Използвана литература

1. FISZBEIN, A. et.al. (2009) Conditional Cash Transfers: Reducing Present and Future Poverty. The World Bank, Washington, D.C.
2. TÁRKI, Social Research Institute et.al. (2014) Study on Conditional cash transfers and their impact on children. Final Report, Volume I
3. EUROSTAT. At-risk-of-poverty-rate, by highest level of education attained. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tsdsc420>. [Accessed: 17/4/2017]
4. EUROSTAT. Early leavers from education and training by sex and labour status. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tesem020>. [Accessed: 17/4/2017]

ТЕОРЕТИЧНИ АСПЕКТИ НА ВРЪЗКАТА БАНКОВ ПЕРСОНАЛ – КЛИЕНТСКА МИГРАЦИЯ В ДРЕБНОТО БАНКИРАНЕ

Радина Момчилова

Икономически университет – Варна

radina.momchilova@abv.bg

Abstract. In today's market reality, based on information technology and innovations, banking is far from being limited only to pure financial transactions. That's why, this study is based on different approach, which evaluates banks' performance by using models and theories, typical for marketing and management, instead those inherent to the financial science.

For many years, bank managers claim that they profess the idea of client-centered banking, which is closely related to management of customer relationships. It is well known fact that retaining an existing customer is more cost effective than recruiting a new one. For this reason, customer migration is a phenomenon that concerns all business organizations, including banks. Defining and analyzing the factors, which affect customer migration in banking, is a key part of the process called "managing relationships with consumers". The quality of the service and the individual approach to each client have crucial role for their retention. Therefore, bank employees, engaged in the contact with customers, have a key role in building clients' satisfaction/dissatisfaction and thus in preventing/provoking customer defection.

The aim of this paper is, based on profound theoretical overview, to detect and clarify the key characteristics of the relation "bank staff - customer migration."

Keywords: *customer migration, retail banking, bank staff.*

Въведение

Успехът на клиентско-центрираното банкиране, което е толкова широко разпространена концепция в наши дни, е неизменно повлияно от феномена „клиентска миграция”. От етимологична гледна точка терминът буквално означава „*преместване на потребителите*”. Някои икономисти разглеждат понятието като “отказване от потреблението на даден продукт/услуга в полза на аналог, предлаган от конкурент.”(Mack, 2009), а други като “прекъсване на взаимоотношенията с доставчика, от страна на клиента/ Загуба на клиент от страна на доставчика” (SurePayroll, 2011). Специално за банковия сектор, К. Stewart (1994) приема клиентската миграция като т.нар. отстъпничество – прекъсване на взаимоотношенията с клиента. От своя страна Boote, J. (1994) и R. N. Bolton & T. M. Bronkhurst, (1995), свързват термина с решението на клиента да престане да закупува конкретен продукт/услуга или да трайно да се откаже от конкретен доставчик. R. Garland,(2002) дефинира клиентската миграция в банковия сектор, като процес на замяна на една обслужваща банка с друга от страна на клиента.

На база на представените мнения феномена „клиентска миграция в банковия сектор” може да бъде характеризирани като *вземане на обосновано решение от страна на клиента да се откаже от ползване на даден банков продукт/услуга или да напусне обслужващата банка в полза на конкурентна институция (не задължително банкова), предлагаща един или няколко продукти/услуги, задоволяващи сходни потребителски потребности.*

Споменатото пазарно явление е обусловено от редица фактори, които оказват пряко или косвено влияние върху неговото проявление, като непременно трябва да бъде отчетена и ролята на персонала в процеса на задържане на клиентите.

Материали и методи

Настоящото изследване е базирано на задълбочен литературен обзор, с цел дефиниране на основните фактори, оказващи влияние върху феномена „клиентска миграция в дребното банкиране”. Чрез

критичен анализ и сравнително профилиране на широка база от научни мнения, се цели изясняване ролята на банковия персонал върху проявлението на споменатите фактори.

Резултати и обсъждане

В специализираната литература се води оживена дискусия по въпроса, кои са ключовите фактори, които оказват влияние върху клиентската миграция във финансовия сектор. Crosby & Stephens (1987) определят *неудовлетвореността*, като основен фактор за клиентската миграция, в сферата на застраховането. Rust & Zahorik (1993) също споделят това мнение, но добавят още един съществен фактор - *качеството на услугата*.

Colgate & Hedge (2001) изследват клиентската миграция в *банковата система* на Нова Зеландия и дефинират *три* основни групи фактори, които влияят на потребителските решения:

- фактори на ценообразуването – лихвени проценти, такси и комисионни;
- фактори, свързани с проблеми в обслужването – грешки, недостатъчна адаптивност, липса на професионализъм и контактност от страна на служителите;
- фактори, свързани с отказа от обслужване – отхвърляне на молба за кредит, недостатъчно пълна консултация и/или пълен отказ за консултация на клиента по отношение на банковите продукти/услуги.

Тук авторите видимо наблягат на ролята на кадровия състав, в процеса по вземане на решение за миграция, от страна на потребителите. Две от трите представени групи фактори, са свързани с квалификацията и личностните умения на служителите – *фактори свързани с проблеми в обслужването* и такива *свързани с отказа от обслужване*.

Clemes, Gan, & Zheng (2007) определят *десет*¹ фактора, които

¹ За повече подробности виж: CLEMES, M. D., GAN, CH. & ZHENG, L. Y., (2007), Customer switching behavior in the New Zealand banking industry, Banks and Bank Systems, Volume 2, Issue 4, p.52

оказват влияние на клиентската миграция в сферата на банкирането. Сред тях авторите поставят *поведението на банката при възникване на проблем с обслужването*, като важен фактор, обуславящ клиентската миграция. Както беше изяснено, тази променлива, зависи най-вече от поведението на служителите и отношението им към клиентите. Друг споменат параметър е *качеството на обслужването*, като то също е пряко свързано с персонала в една организация. Не на последно място авторите поставят *клиентската удовлетвореност*, която както е известно е феномен, зависещ от цялостното представяне на обслужващата институция, в това число и на кадровия състав.

Khan и др. (2010) дефинират *седем*² основни фактора, които влияят на клиентската миграция в банковия сектор на Пакистан. В посочената група фактори, *качеството на обслужването* е поставено на четвърто място по важност, по отношение на влиянието си върху клиентската миграция. Както беше споменато по-рано, този фактор зависи от голяма степен от професионалната и личностната квалификация на обслужващия персонал. На пето място в класацията е поставен фактора *репутацията на банката*, която се формира от множество процеси, но не трябва да се забравя, че именно служителите са тези, които представят „лицето” на институцията и спомогат за предаването на корпоративните ценности на потребителите. Именно персоналят е този, който всекидневно (дори понякога да не го осъзнава) гради имиджа на всяка една банкова организация.

Saiz & Pilorge (2010) обобщават, в проведеното от тях проучване на банковите клиенти в Европа, че основният фактор, мотивиращ потребителите „да погледнат другаде”, е цената на предлаганите продукти/услуги. На второ място авторите посочват влиянието на качеството на обслужването, а третият най-важен фактор е характеристиката на самия продукт.

Piason (2013) обобщава, в своето изследване на банковия сектор

² За повече подробности виж: KHAN N., et.al, (2010), Determinants Analysis of Customer Switching Behavior in Private Banking Sector of Pakistan, Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, Vol 2, No 7, p.106-107;

в Зимбабве, че съществуват три основни и най-важни фактора, които влияят на намеренията на потребителите да останат лоялни на обслужващата ги банка или респективно да мигрират към конкурентен продукт и/или финансова институция. Според автора, това са: на първо място – клиентската удовлетвореност, на второ – корпоративния имидж и на трето – бариерите за напускане. Първите два фактора, както беше споменато по-рано имат известна връзка с качествата и професионализма на душата на всяка една организация, а именно нейните служители.

Заклучение

Въз основа на осъществения критичен анализ на множество мнения и позиционирането на проблема от гледна точка на ролята на банковия персонал, могат да се систематизират следните по-важни фактори, които оказват влияние на потребителското решение за мигриране към конкурентна институция: *репутацията на банката, качество на продукта/услугата и обслужването, възникването и разрешаването на проблеми при ползването на продукта/услугата или обслужването и клиентската удовлетвореност.*

Също така може да се обобщи, че *персоналните взаимоотношения* между банковите служители и клиентите, както и *квалификацията, уменията и личностните качества* на банковия персонал са сред най-значимите фактори, които се отразяват пряко върху горепосочените фактори и следователно и върху *клиентската миграция* в сферата на банкирането.

Използвана литература

1. BAIN & COMPANY, INC., (2015), Customer behavior and loyalty in retail banking, p.28;
2. BLYTHE, J. (2005),. Essentials of Marketing (3rd ed.), . Pearson Education , p.11;
3. BOLTON, R. N., & BRONKHURST, T. M., (1995) The relationship between customer complaints to the firm and subsequent exist behaviour. Advances in Consumer, p.142
4. BOOTE, J, (1998) . Towards a comprehensive taxonomy and model of

consumer complaining behaviour. *Journal of Consume Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, p. 92-100;

5. CLEMES, M. D., GAN, CH. & ZHENG, L. Y., (2007), Customer switching behavior in the New Zealand banking industry, *Banks and Bank Systems*, Volume 2, Issue 4, p.52

6. COLGATE, M. AND HEDGE, R, (2001) “An Investigation into the Switching Process in Retail Banking Services”, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19, p. 201-212.

7. CROSBY, L.A. & STEPHENS, N., (1987), “Effects of Relationship Marketing on Satisfaction, Retention, and Prices in the Life Insurance Industry, *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, p. 404-11;

8. GARLAND, R., (2002), Estimating customer defection in personal retail banking. *The International Journal of Bank Marketing*, p. 317;

9. GERRARD, P. & CUNNINGHAM, J.B. ,(2000), “The Bank Switching Behaviour of Singapore's Graduates”, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol 5 No 2, p. 118-28.

10. KHAN N., et.al, (2010), Determinants Analysis of Customer Switching Behavior in Private Banking Sector of Pakistan, *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol 2, No 7, p.106-107;

11. MACK, ST., (2009), Concept of Consumer-Switching Behavior, <http://smallbusiness.chron.com/concept-onsumerswitching-behavior-65092.html>;

12. ONDITI, A., (2013), Relationship between Customer Personality, Service Features and Customer Loyalty in the Banking Sector: A Survey of Banks in Homabay County, Kenya, *International Journal of Business and Social Science* Vol. 4 No. 15, p.147

13. PIASON, V., (2013), Significance of Service Quality And Customer Satisfaction In Zimbabwe's Banking Sector, *European Journal of Business and Management*, Vol.5, No.13, p.259

14. RUST, R.T. & ZAHORIK, A.J., (1993), “Customer Satisfaction, Customer Retention and Market Share”, *Journal of Retailing*, Vol. 69, Summer, p. 193-215.

15. SAIZ, B. & PILORGE, P., (2010), Understanding customer behavior in retail banking, *Ernst & Young*, p.5

16. STEWART, K. (1994), Customer exit: Loyalty issues in retail banking. *Irish Marketing Review*, p.45;

17. SUREPAYROLL (2011), What is Customer Attrition and Why Does it Matter?, [https://www.surepayroll.com/resources/blog/customer-attrition-matter](https://www.surepayroll.com/resources/blog/customer-attrition-matter;);

Тематично направление

**„ИНФОРМАЦИОННИ
И КОМУНИКАЦИОННИ
ТЕХНОЛОГИИ”**

ИНТЕРНЕТ В СВЕТА НА БИЗНЕСА

Михал Стоянов

Икономически университет – Варна

michal.stojanov@ue-varna.bg,

Abstract. The main purpose of this paper is to track changes in how companies perceive the challenges of the Internet as a medium for virtual presentation via a website / webpage, contemporary channel for doing business in the dimensions of the carried out online sales and digital environment to build and maintain relationships with external audiences with the help of social networks. The survey on the information society in Bulgaria proves that the competition is driving innovative changes of the entities in digital environment. Today Internet is creating unprecedented opportunities related to: source of information on the business environment; medium of communication with external and internal audiences, customers and public administration (procurement portals, exchange of official documentation, electronic auctions for buying and etc.); channel for implementation of marketing and promotional strategies; search tool for recruitment, job offering, courses and trainings; e-commerce and other modern forms of electronic business and many more.

Keywords: *internet, electronic sales, business-to-business (B2B), information society*

Увод

Интернет отвори нова глава в развитието на света, едновременно източник на изобилие, но и област с непознати предизвикателства и проблеми, в която непрекъснато нарастват и търсят своя баланс ползите и рисковете за човечеството. Растящата популярност и приложимост в ежедневието на информационно-комуникационните технологии (ИКТ) променя хода на обществения живот в посока на усложняване на неговите взаимовръзки и скоростта, с която той

протича. Този актуален режим повлиява в значителна степен начина, по който бизнесът достига до своите клиенти, предлага продуктовия си портфейл, позволява осъществяване на обмен и последващо усъвършенстване на взаимоотношенията с клиента и всичко това посредством използването на глобалната мрежа Интернет. Това е основният фактор, който по естествен начин изисква съвременния стопански агент да интегрира и оптимизира ИКТ в работната система на всички функции на бизнеса.

Основната цел на настоящата разработка е да се проследят настъпилите промени в начина, по който предприятията възприемат предизвикателствата на Интернет като среда за виртуално представяне на основната дейност посредством уебсайт/уебстраница, канал за осъществяване на бизнес в измеренията на реализираните онлайн продажби и среда за развитие на взаимоотношенията с партньорите, изграждани и поддържани с помощта на социалните мрежи.

Кратък теоретичен обзор на ролята на интернет в бизнеса

Предимствата от използването на Интернет в бизнеса свързваме основно с това, че компанията „може да достигне до по-широки пазари и това позволява клиенти от целия свят да достигнат лесно до нея ... , така се облекчава достъпа до продуктите, пропорционално на достъпа на хората към интернет“ (Vallee, 1999, стр. 199). По този начин в една нова виртуална среда, всеки глобален участник има своя потенциален контакт с всички останали участници, което условно изпълнява и принципа за предприемачество, независимо от неговата ресурсна обусловеност, т.е. постижимост на глобално представяне дори за най-малките бизнес единици. Възможността за стартиране на собствен бизнес и свързаните с това рискове се развива като приемлива алтернатива, особено за иновативни и творчески дейности. Същевременно това създава „сериозни конкурентни предимства със стратегическа значимост осигурявана от електронните канали за осъществяване на продажби, които разкриват редица приоритети като дават възможност да се осъществи продажба в реално време без клиентът и агентът на обмена да влизат в личен контакт

„лице в лице“, което спестява финансови разходи, време и усилия и за двете страни по сделката“ (Желязкова, 2014, стр. 91). Тази позиция извежда друго основно преимущество на електронната среда за правене на бизнес, а именно като такава, която повишава икономическата ефективност на обменния процес, основно изразена по отношение на икономията на ресурси, която участниците могат да постигнат. Така онлайн бизнесът черпи непрекъснат информационен поток, който е резултат от „непрекъснато свързаните потребители, които използват Интернет за покупка на стоки и услуги, където покупките на потребителите предоставят важна информация за техните нагласи, поведение, локация и т.н., която може да се използва ... за предлагане на оптимални и персонализирани оферти“ (Данчев, 2016, стр. 34), за да се създаде по-усъвършенствана „икономика на удовлетвореността“ (Данчев, 2016, стр. 40). Тя е новата среда, в която информационната обезпеченост и устойчивата лоялност на участниците са основите за успешното развитие на бизнес взаимоотношенията и просперитета на бизнеса. В настоящия момент един компонент на Интернет позволява този аспект да се развие до степен, от която участниците могат да извлекат определена икономическа ползност и това са онлайн социалните мрежи, които „променят съществено начина на взаимодействие между предприятията и техните клиенти. Те се утвърждават като мощен инструмент, чрез който безплатно може да се достигне до значителен брой потребители, независимо от размера на фирмата и нейната икономическа мощ“ (Гроздева, 2012, стр. 29). Тук възниква въпросът дали стопанският субект е достатъчно подготвен за това предизвикателство и дали успява да извлече икономическия потенциал от използването на Интернет като среда за информационен обмен и бизнес?

Ролята на ИКТ за икономическото развитие се изразява като „свързващото звено, в икономическия растеж, посредством което се посочват доказаните слабости на еднофакторните тълкувания на сложните социално-икономически промени“ (Droege, 1997, стр. 124-125). ИКТ „са един от основните двигатели за изграждането на конкурентоспособна икономика, основана на знанието и иновациите ...,

са основният фактор за повишаване на производителността ..., са основна предпоставка за развитието на иновативно и приобщаващо информационно общество, осигуряващо високо качество на живот на гражданите“ (Стратегическа рамка на политиката в областта на ИКТ, 2013). В рамките на ЕС тази област е издигната в стратегията „Цифрова програма за Европа“ (Digital Agenda for Europe), която „гарантира, че цифровите технологии, включително интернет, се използва за стимулиране на европейската икономика и подпомагане на гражданите и предприятията в Европа, за да получат най-доброто от тези технологии“ (Digital Agenda for Europe, 2016). Това от своя страна предполага, че всички социални и стопански сектори ще бъдат включени в цялостния трансформационен процес, който ще ангажира и повлияе функционирането на държавните органи, бизнес единиците и отделните граждани. Възможностите, които Интернет предоставя на бизнес субектите са многообразни, но основните, за които може да бъде използван са като: източник на информация за бизнес средата; средство за комуникация с аудиториите на бизнеса; средство за връзка с публичната администрация; канал за реализиране на маркетингови и промоционални стратегии; инструмент за търсене, предлагане и развитие на трудовия фактор; електронна търговия и други съвременни форми на електронен бизнес и пр.

Състояние на информационното общество (ИО) на бизнеса в България

Като фундаментална предпоставка за включването на бизнеса в ИО се определя осигуряването на достъп до Интернет. Според данните на НСИ над 9 от 10 предприятия разполагат с връзка до глобалната мрежа (вж. табл. 1), и тази тенденция е в посока на постепенното присъединяване към интернет на повечето бизнес субекти. В структурно измерение, според броя на заетите лица в предприятията, на практика всички от тези, които определяме като големи бизнес субекти са с осигурена Интернет свързаност.

Таблица 1.

Относителен дял на предприятията с достъп до Интернет
 и с уебсайт (WS) / уебстраница (WP) в България
 по години за периода 2011-2016 г. (%)

Показател	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Предприятия с											
	Интернет (%)	WS/WP (%)	Интернет (%)	WS/WP (%)	Интернет (%)	WS/WP (%)	Интернет (%)	WS/WP (%)	Интернет (%)	WS/WP (%)	Интернет (%)	WS/WP (%)
Общо, в т.ч. според заемите лица:	86,9	44,5	87,4	42,7	89,1	46,6	91,2	48,4	91,3	48,2	91,3	50,7
10 - 49 заемите лица	84,7	40,2	85,7	38,9	87,4	42,5	89,9	44,5	89,8	43,6	89,7	46,3
50 - 249 заемите лица	96,2	61,7	94,5	56,4	95,8	62,0	97,0	63,7	98,0	66,7	98,4	68,8
250 + заемите лица	99,7	76,2	98,3	76,9	99,1	78,1	99,5	80,7	99,7	84,4	99,8	86,3

Източник: НСИ.

Към края на 2016 г. повече от половината (50,7%) предприятия в страната поддържат собствен уебсайт (WS) /уебстраница (WP). Делът на големите компании (86,3%) със собствено представяне в глобалната мрежа превишава почти двукратно този на малките предприятия (46,3%), което свидетелства за потенциала на електронната среда за бизнес, който големите експлоатират, а за малките е с възможност за развитие и постепенно усвояване. Данните за обмена на продукти, осъществяван в електронна среда, показва, че стойностният размер на продажбите на предприятията през 2016 г. достига величина от 7 167 млн. лв. (вж. табл. 2), което спрямо предходния период е намаление от 1 718 млн. лв. или с -19,3%.

Таблица 2.

Стойност на покупките и продажбите на предприятията
 по интернет и/или мрежи, различни от интернет в България
 по години на периода 2011-2016 г. (млн. лв.)

Период	Стойност на покупки (млн. лв.)	Стойност на продажбите				
		(млн. лв.)	Абсолютен прираст (млн.лв.)		Темп на прираст (%)	
			yoу ch	yoby ch, by=2011	yoу % ch	yoby % ch, by=2011
2011	2 241	3 443
2012	1 892	4 205	762	762	22,1	22,1
2013	2 285	4 409	204	966	4,9	28,1
2014	.	5 142	733	1 699	16,6	49,3
2015	.	8 885	3743	5 442	72,8	158,1
2016	.	7 167	-1718	3 724	-19,3	108,2

Забележка: „.“ – липсват данни. Източник: НСИ.

Въпреки това отрицателно изменение за период от 10 години (2007-2016 г.) е отчетено 14кратно нарастване на електронния търговския оборот на предприятията (стойността на продажбите през 2007 г. е била 512 млн. лв.). Следователно негативното краткосрочно развитие не може да пренебрегне положителните измерения, постигнати в дългосрочен план, зад които компаниите поставят фактори като увеличаването на обхвата на пазара, оптимизиране използването на ресурсите, усъвършенстване и автоматизация на организацията и технологията на търговията и др., свързани с електронната търговия и използването на ИКТ в бизнеса.

Според резултатите от проучването на НСИ относително стабилен, но на незадоволително равнище, остава делът на предприятията, получавали поръчки онлайн, т.е. са реализирали електронни продажби, които през три поредни години са в диапазона 8,7-8,6% или само една от почти 12 организации (вж. табл. 3).

Таблица 3.

Относителен дял на предприятията, които са осъществявали
 електронни продажби (ЕПр) и покупки (ЕПо) в България
 по години на периода 2011-2016 г. (%)

Показател	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	ЕПр	ЕПо	ЕПр	ЕПо	ЕПр	ЕПо	ЕПр	ЕПо	ЕПр	ЕПо	ЕПр	ЕПо
Общо, в т.ч. според заетите лица:	5,8	10,1	6,8	6,4	7,1	6,0	8,6	10,6	8,7	13,0	8,6	10,7
10 – 49 заети лица	5,1	8,8	6,3	5,7	6,8	5,7	8,0	9,8	8,1	12,3	7,9	9,5
50 – 249 заети лица	8,7	15,7	8,4	9,4	7,8	6,6	11,5	13,9	11,2	14,8	11,2	15,7
250 + заети лица	10,7	20,0	11,0	12,2	12,6	12,3	12,2	19,6	14,4	23,9	17,4	22,1

Източник: НСИ.

Активността на предприятията е по-висока по отношение на закупуването на стоки и услуги онлайн, като отново в структурата на заетите лица се потвърждава установената закономерност по-големите организации да са по-активни в електронния обмен на продукти. Средната стойност на продажбите на едно предприятие, което е получавало поръчки онлайн (продажби) от 1,946 млн. лв. през 2011 г. достига обем от 3,019 млн. лв. през 2016 г. или нарастване от 155%. Това означава, че съществуват икономически агенти, които успешно използват електронния канал за продажби и реализират сериозни търговски сделки през интернет.

Прилагането на социални медии и мрежи от съвременния бизнес трайно гравитира в съотношението едно на три предприятия общо за страната (вж. табл. 4). В логиката на разпространената закономерност големите предприятия доминират и по този показател, където през 2016 г. почти половината (48,2%) от компаниите осъществяват контакти със своите аудитории посредством социални мрежи, блогове, уебсайтове за споделяне на мултимедия и т.н. Използването на този нов канал като инструмент на конкурентната

борба позволява извличане, качване, публикуване и управление на информацията в областта на подобряването на бизнес комуникациите и клиентските дейности.

Таблица 4.

Относителен дял на предприятията, използващи социални медии като социални мрежи и др. за споделяне на мултимедия и т.н. в България по години за периода 2013-2016 г. (%)

Показател	2013	2014	2015	2016
Общо, в т.ч. според заетите лица:	31,2	27,6	30,3	31,7
10 - 49 заети лица	29,8	26,2	29,5	29,8
50 - 249 заети лица	37,3	33,9	33,1	39,4
250 + заети лица	38,4	37,0	40,0	48,2

Източник: НСИ.

Прегледът на развитието на ИО на бизнеса в България от последните години позволява да обобщим, че големите икономически агенти използват в по-съществена степен възможностите на електронната среда за правене на бизнес, което позволява да реализират по-значими икономически ефекти.

Предизвикателства на развитието

Описаната положителна динамика на ИО на бизнеса от последните 6 години, следва да бъде обвързана с растящата значимост на проблема за сигурността на бизнес информацията. Неговите технически и ресурсни проекции във виртуалната среда неизменно ще остават сериозна заплаха за всеки един от участниците в ИО. По данни на 2016 Trustwave Global Security Report (2016 Trustwave Global Security Report, 2016, стр. 13) търговията на дребно е най-уязвимата бизнес дейност подложена на 23% от регистрираните атаки, следван от туристическия сектор с 14% и т.н., което нееднозначно потвърждава, че „киберпрестъпността е голям бизнес“ (2016 Trustwave Global Security Report, 2016, стр. 2), който нанася щети в най-съществена

степен на агентите на обмена. Възможните решения на симптоматиката на „цифровата чума“ са свързани с особеното внимание, което потребителите трябва да обръщат на електронната поща с прикачени файлове; активирането на макроси, съдържащи команди за автоматично изпълнение в офис документ; копиране и архивиране на данни срещу загуба на информация; използване поне на минимални онлайн и/или офлайн решения за информационна сигурност (софтуер за защита от вируси, шпионски програми, антифишинг, антиспам, персонална защитна стена, контрол на достъпа, сканиране на уеб съдържание и компютърната памет, протоколи за защита от пробиви в сигурността и пр.) и много други пасивни и проактивни инструменти за предпазване срещу зловредни действия. По този начин опазването на фирмената информация и основно на „базите данни, които са истинската съкровищница, и стават все по-големи при рекордните темпове, с които расте цифровата информация“ (2016 Trustwave Global Security Report, 2016, стр. 79) са есенциална дейност на бизнес сигурността.

Допълнително предизвикателство се явява прилагането на индивидуализиран клиентски ориентиран подход, развит до степен на информационна автоматизация, позволяваща в цифрова среда и посредством модерните ИКТ да се съберат и анализират за разнородни икономически цели огромни бази с данни. Те съдържат богат информационен масив за регистрираните потребителски предпочитания и историческото потребителско поведение, което може да бъде агрегирано в най-разнородни аспекти. Тяхното интегриране в пазарните стратегии на предприятията на съвременното ИО е конкурентен лост, посредством който могат да бъдат стимулирани продажбите, продуктовата обръщаемост, потребителския интерес и лоялност, усъвършенстване на фирмения имидж и други аспекти, които в своята същност допълват възможностите за извличане на по-голяма ефективност на фирмения ресурс.

Заклучение

Осъщественият преглед на резултатите от изследването за степента на зрялост на информационното общество в страната през годините нееднозначно показва стабилна тенденция на възходящо развитие. Положителните нараствания са задържани от кризисните процеси във вътрешната икономика, което предполага, че при бъдещото възстановяване и при формиране на трайни положителни индикатори на стопанската конюнктура неусвоеният потенциал ще може да бъде успешно наваксан, за да се реализира успешна и устойчива конвергенция на европейско и глобално ниво.

Използвана литература

1. VALLEE, D. (1999) Leading your business into the future with the internet. St. Lucie Press, Boca Raton.
2. ЖЕЛЯЗКОВА, Д. (2014) Ролята на електронните канали за продажби при пътническият транспорт на България. *Известия на Съюза на учените – Варна*, с. 85-91.
3. ДАНЧЕВ, Д. (2016) Съвременни измерения на глобалната търговия на дребно. *Търговският и туристическият бизнес в условия на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж*, Свищов: АИ „Ценов“, с. 21-52.
4. ГРОЗДЕВА, Д. (2012) Онлайн социалните мрежи и приложението им в търговския бизнес. *Известия на Съюза на учените – Варна*, с. 27-32.
5. DROEGE, P. (1997) Intelligent Environments: Spatial Aspects of the Information Revolution. Amsterdam, Elsevier.
6. Стратегическа рамка на политиката в областта на ИКТ. (2013) Министерство на икономиката. Available from: <https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/innovations/materialict.pdf> [Accessed 21/12/2016].
7. Digital Agenda for Europe (DAE)/Digital Agenda Review. (2016) European Commission, EU, 1995-2016. Available from: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/glossary#letter_d [Accessed 21/12/2016].
8. 2016 Trustwave Global Security Report. (2016) Trustwave Holdings, Inc. Available from: <https://www.trustwave.com/global-security-report/> [Accessed 25/12/2016].

МИГРАЦИЯ НА НЕСТРУКТУРИРАНИ ДАННИ В РЕЛАЦИОННА СХЕМА: ПРОБЛЕМИ, РЕШЕНИЯ, АЛГОРИТЪМ

Иван Куюмджиев, Борис Банков
Икономически университет – Варна
ivan_ognyanov@ue-varna.bg,
boris.bankov@ue-varna.bg

Abstract. One of the most important tasks in migrating from legacy systems to new software products is transformation of used data. Depending of the differences in both database systems in use the process could include various tasks for extract transform and load the data. This article shows the ETL process of migrating data from semi-structured Excel format containing records for every publication made by employees of the University of Economics – Varna to relational database in MySQL. Main challenges and applied algorithm are described.

Keywords: data migration, ETL, data quality, algorithms

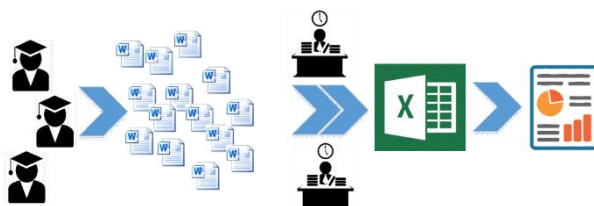
Въведение

Публикационната дейност е неизменна част от развитието на научните кадри. Събирането на информация за този процес е задължително за проследяване на напредъка на научната общност в ИУ-Варна, както и при обезпечаване на различни акредитационни процедури и рейтингови класации.

Поддръжане на леснодостъпна електронна база от данни за публикацииите на преподавателите в ИУ-Варна би улеснило дейностите по създаване на справки за вътрешна и външна употреба.

Целта на настоящата разработка е да демонстрира приложеният алгоритъм за миграция на данните използвани в старата информационна система към релационна база от данни залегнала в основата на веб базирана система за регистриране на публикационна дейност.

За да бъде описан в детайли приложения алгоритъм следва да бъде разгледана и съществуващата в момента система за събиране на информация за публикациите (фиг 1). Ежегодно преподавателите в ИУ - Варна попълват годишни отчети във формат тип документ, в които се посочват различни характеристики на извършената от тях работа в т.ч. и публикационната им дейност. След като бъдат събрани всички отчети се изисква човешка намеса, чрез която от тях да се извлекат само данните касаещи публикациите, които да бъдат валидизирани и съхранени в общо хранилище.



Фиг. 1. Текущо състояние на системата

Пред описаната система могат да бъдат открити редица проблеми като – трудности при ръчна валидизация, неструктуриран формат на данните, тромав процес по обновяване.

Качеството на данните засяга пряко качеството на информацията, която може да бъде получена следствие на тяхната обработка (Abiteboul, et. al, 2015). Характеристиките на данните като точност, завършеност и съгласуваност са фундаментални при измерване на качеството на данните (Jayawardene, Sadiq, & Indulska, 2013). Към тези три можем да добавим и интегритет (логически верни и непротиворечиви данни), своевременност, валидност (според изискванията на организацията). За оценка на качеството на данните в съществуващата система е извършен процес от три фази (Batini, Carpiello, Francalanci, & Maurino, 2009) - анализ на процесите в университета, анализ на изискванията към данните, сравняване на използваните данни от процесите с изискванията към тях.

Като резултат от изложените факти и направеното допълнително проучване сред потребителите на описаната система може да се направи извода, че наличните данни могат да притежават свойствата интегритет и валидност (и двете поради намесата на допълнителна експертна оценка), но в редки случаи имат характеристиките точност, завършеност, съгласуваност и своевременност – често преподавателите пропускат да отчетат публикация, или го правят по няколко пъти през различни години, а неструктурираният формат на попълване дава възможност за допускане на грешки.

За да бъде подобро качеството на данните и извличаната от тях информация е създаден проект за уеб базирана система за регистриране на публикационна дейност. В него следва да се прехвърлят всички данни налични в текущата система, като се приложат дейности, които да осигурят механизми за налагане на определени ограничения с цел повишаване качеството на данните.

Материали и методи

За "почистване" на данните, които се импортират в системата обикновено се използват механизми за Extract-Transform-Load (ETL) - инструменти (предимно комерсиален софтуер) насочени към анализ и разрешаване на аномалии в данните според предварително зададени бизнес правила (Santosa & Belob, 2013). Имайки предвид сложният въпрос с осигуряване на качество на данните, както и опита на други университети (Berghe & Gaeveren, 2017)., налага към проблема да се подходи с повишено внимание.

Използваният алгоритъм се базира до голяма степен на предложен от (Rahm & Do, 2000) метод за ETL включващ етапи по декомпозиция, трансформация, редакция, налагане на цялост на връзките, обогатяване на данните, разрешаване на проблеми свързани с дублиране, експертна намеса, налагане на ограничения на стойности и промяна на типове данни.

При анализ на изискванията и наличната база от данни могат да бъдат изведени следните проблеми пред миграцията:

1. В списъка с автори имената са разделени на части, но в списъка с публикации – не. Следователно е необходимо да се извърши и разделение на имената на авторите в списъка с публикации.

2. Липсва ограничение за въвеждане само на един автор като първи, което може да доведе до наличие на публикации с двама автори посочени като първи. Подобни казуси могат да бъдат разрешени само след ръчна намеса и редакция.

3. Липсва ограничение за уникалност на публикациите, което може да доведе до дублиране на публикации.

4. Дублиране на автори – поради липса на софтуерни ограничения е възможно дублиране на информация за даден автор (приема се за дублиране ако има пълно съвпадение на имената, факултета и катедрата)

5. Поради липса на механизми за налагане на задължително въвеждане на данни е възможно да има публикации в които не е посочен автор (вместо това е записан в друга колона). На примера на проблем номер 2 и този може да бъде разрешен само след проверка и директна редакция.

За мигриране на данните и разрешаване на посочените проблеми са извършени следните ETL дейности в два етапа:

Етап 1 Създаване на таблици съхраняващи информация за авторите. Този етап може да бъде определен като по-лесен защото е засегнат пряко само от четвъртия от изброените проблеми.

1. Импортиране на списъците с факултети, катедри, видове индексирани

2. Импортиране на списъка с автори за редовете изписани на кирилица (освен имената се записват и името на факултета и катедрата)

3. Създаване на име на всеки автор според изискванията за транслитерация.

4. Сравняване на новодобавените имена на английски в новата база от данни с тези на останалите автори от източника на данни, които са с имена, които не са изписани на кирилица.

5. Към списъка с автори се добавят всички, за които не е било открито равенство в стъпка 4.

6. Добавяне на всички автори от стъпка 4 в таблицата с потребителите на системата. В таблицата с авторите се записва синоними на кой потребител са.

7. Проверка за име на факултет и катедра от източника на данни и обновяване на таблицата с авторите.

Етап 2. Добавяне на публикации

1. Разделяне на полето "други автори" на части, като се има предвид форматирането "автор2; автор3; автор4" и т.н.

2. Разделяне на името на всеки от авторите на части като се има предвид форматирането "Фамилия, първо_име второ_име"

Тук алгоритъмът за разделяне се съобразява с изключенията - липса на второ име, изписване на всяко от имената със съкращение

3. Добавяне в таблица "автори_публикации" всички публикации за които е открито пълно съвпадение на първия автор и запис от таблицата "Автори"

4. Открива се "проблем б" - остават публикации, които не са добавени в "автори публикации" защото не е открито пълно съвпадение на имената на първия автор и запис от таблицата "Автори". Това означава, че или този автор не е бил добавен в таблицата или е добавен но с различно изписано име.

5. В таблицата "Автори" се добавят всички открити в точка 4 липсващи имена и след това се добавят в таблицата "автори публикации" и липсващите публикации от точка 4

6. В таблицата "автори_публикации" се добавят и съавторите за всяка публикация, като се спазва реда им на изписване и се проверява дали съществуват в таблица "автори". При евентуална липса се добавят подобно на точка 4.

Резултати и обсъждане

Като резултат се реализира гъвкава система в която е възможно всеки потребител да има няколко синонимни имена. Всяко синонимно име ще се съдържа в отделен запис в таблицата „Автори“,

което позволява записване на няколко варианта на изписване на името на автора като същевременно се запази валидността на информацията.

Въпреки направени проверки е възможно

1) Да съществуват автори, за които не са създадени потребители. В единият случай това ще бъдат съавтори от публикации, които не са служители в ИУ – Варна, а като алтернатива е възможно това да бъдат грешно изписани имена на съществуващи вече автори и/или съкращения.

2) При пълно съвпадение на трите имена и катедрата на различни автори техните публикации да не бъдат правилно отчетени.

Заклучение

По тези две причини се налага разработване на допълнителен механизъм за валидизиране на прехвърлените данни, описан в доклада „Приложение на алгоритми за изчисление на сходство и вариация на текстови низове“.

Използвана литература

1. ABITEBOUL, S., DONG, L., ETZIONI, O., SRIVASTAVA, D., WEIKUM, G., STOYANOVICH, J., et al.(2015). The elephant in the room: Getting value from Big Data. Proceedings of the 18th international workshop on web and databases.
2. BATINI, C., CAPPIELLO, C., FRANCALANCI, C., & MAURINO, A. (2009). Methodologies for data quality assessment and improvement. ACM Computing Surveys (CSUR),41(3), 16.
3. BERGHE, S., GAEVEREN, K. (2017). Data quality assessment and improvement: a Vrije Universiteit Brussel case study. Procedia Computer Science 106 32 – 38.
4. JAYAWARDENE, V., SADIQ, S., & INDULSKA, M. (2013). The curse of dimensionality in data quality. ACIS 2013: 24th Australasian conference on information systems.
5. RAHM E, DO HH (2000). Data Cleaning: Problems and Current Approaches. IEEE Data Engineering Bulletin; 23: 3-13.
6. SANTOSA, V., BELOB, O. (2013). Modeling ETL Data Quality Enforcement Tasks Using Relational Algebra Operators. Procedia Technology 9. 442 – 450.

ТЕСТОВЕ ЗА ДЪЛГА ПАМЕТ, ПРИЛОЖЕНИ КЪМ ВАЛУТНИТЕ КУРСОВЕ

Славя Желязкова

Икономически университет – Варна

sjeliazkova@ue-varna.bg

Abstract. In this paper we perform several tests for long memory based on rescaled range (R/S) and others based on semiparametric estimators of the memory parameter. We analyse 12 daily exchange rates against USD (3959 observations). According to the results of the tests applied to log returns of exchange rates, only few of them exhibit long memory. The tests for long memory applied to squared log returns provide evidence of long memory in the volatility of almost all exchange rates. The last result is confirmed by the estimated fractionally integrated generalized autoregressive conditional heteroskedasticity (FIGARCH) models.

Keywords: *long memory, FIGARCH, exchange rates*

Въведение

От гледна точка на поведението на автокорелационната функция, стационарните времеви редове се разграничават на такива с къса и дълга памет. При редовете с къса памет абсолютната стойност на автокорелационните коефициенти намалява с бързи темпове (експоненциално) с нарастването на лага, при който те са изчислени. За разлика от тях при редовете с дълга памет автокорелационната функция намалява с по-бавни темпове (хиперболично). Дългата памет може да се разглежда в два аспекта- по отношение на равнищата на реда и на волатилността. При наличие на първата, динамичният ред представлява реализация на ARFIMA процес. Дългата памет във волатилността се представя чрез FIGARCH модели, а т.нар. дуална памет се представя чрез ARFIMA FIGARCH модели.

Целта на доклада е да бъдат разгледани и приложени към разг-

лежданите валутни курсове едни от най-известите тестове за дълга памет.

Материали и методи

Едно от първите изследвания, които се свързват с изследване на дългата памет е на Hurst (1951), който предлага използването на статистика, която представлява нормиран вариационен размах (R/S). За изчисляването ѝ се формира нов динамичен ред от кумулативните отклонения от средната величина, за който се определя вариационният размах R , нормиран чрез стандартното отклонение S за изходния динамичен ред. Mandelbrot & Wallis (1969) изследват робастността на R/S статистиката и показват, че тя се представя добре дори при редове с екстремално високи стойности на коефициентите на асиметрия и ексцес. Lo (1991) също изследва R/S статистиката и посочва като основен неин недостатък чувствителността ѝ към наличието на краткосрочни зависимости в изследвания динамичен ред. Затова предлага модифицирана R/S статистика, в която стандартното отклонение да се замести от оценка $S(q)$, в която освен квадратите на отклоненията от средната величина е включена и претеглена сума от автоковариациите до лаг q . При $q=0$ се получава класическата R/S статистика на Hurst-Mandelbrot. При изследване на дългата памет могат да бъдат приложени и полупараметрични методи, чието основно предимство пред параметричните, (които се основават на моделите с дълга памет като ARFIMA FIGARCH) е, че не се интересуват от спецификацията на компонентите на реда, които представят краткосрочната памет. Сред полупараметричните методи най-често се прилагат методите на логпериодограмната регресия и метода на Whittle, които се основават на характеристиката на редовете с дълга памет, според която спектралната им плътност $f(\lambda)$ при честоти, близки до нулевата е пропорционална на λ^{-2d} (т.е. $f(\lambda) \sim C\lambda^{-2d}$ при $\lambda \rightarrow 0+$). При метода на логпериодограмната регресия, предложен от Geweke & Potter-Hudak (1983), GPH оценката на параметъра на дълга памет d се получава като оценка на параметъра пред фактора в

регресионен модел, в който като зависима променлива участва логаритъма на периодограмата $y = \ln I(\lambda_j)$, а като фактор $x = -\ln\{4 \sin^2(\lambda_j/2)\}$, където $\lambda_j = 2\pi j/T$ ($j=1\dots m$) са първите m хармонични честоти. Първоначално авторите на метода правят експерименти при $m = T^\gamma$ ($\gamma = 0,5; 0,6; 0,7$) и препоръчват да се избира по-ниска стойност на m , когато оценките на d са чувствителни към избора на m . Phillips (2007) предлага използването на модифицирана логпериодограмна регресия, на чиято основа се получава оценка на d , която е състоятелна, както при стационарни, така и при нестационарни процеси. Разпределението на модифицираната оценка на d не се различава от разпределението на GPH оценката, т.е. $m^{1/2}(\hat{d} - d) \rightarrow N(0, \pi^2/24)$ $m^{1/2}(\tilde{d} - d) \xrightarrow{D} N(0, \pi^2/24)$. Künsch (1987) и Robinson (1995) предлагат оценката на d да се основава на Гаусовата функция на максималното правдоподобие, в която участват първите m хармонични честоти в близост до нулевата. Тя има

$$Q_m(G, d) = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m \left[\ln(G\lambda_j^{-2d}) + \frac{\lambda_j^{2d}}{G} I(\lambda_j) \right]$$

следния вид: $d \in (-0.5; 0.5)$ $d \in \left(-\frac{1}{2}; \frac{1}{2}\right)$ Гаусовите полупараметрични оценки на d са състоятелни и асимптотично нормално разпределени ($m^{1/2}(\hat{d} - d) \rightarrow N(0, 1/4)$) $m^{1/2}(\tilde{d} - d) \xrightarrow{D} N(0, 1/4)$, и асимптотично по-ефективни от GPH оценките.

Резултати и обсъждане

Разгледаните тестове са приложени към първите разлики на логаритмите и квадратите им за следните 12 валутни курса спрямо щатския долар: AUD/USD, BRL/USD, CAD/USD, CHF/USD,

EUR/USD, GBP/USD, JPY/USD, MXN/USD, NOK/USD, NZD/USD, SEK/USD и ZAR/USD за периода от 3 януари 2000 до 30 септември 2015 (3959 наблюдения).

Приложените тестове за единичен корен по отношение на логаритмите на валутните курсове показват, че те са нестационарни и както Robinson (1995) препоръчва, при тестовете за дълга памет се работи с първите им разлики, които са стационарни редове. Тестът на L_0 е приложен при различни стойности на максималния лаг q (0, 5, 10, 25, 50 и тези определени по формулата на Andrews (1991)). Единствено при BRL/USD тестът показва наличието на дълга памет, като този резултат се потвърждава при всички разгледани стойности на q . При полупараметричните тестове оценките на d са получени при участието на първите m хармонични честоти, като $m = T^\gamma$ ($\gamma = 0,50; 0,51; \square 0,70$). При разглежданите стойности на m има статистически значими GPH оценки на d за следните курсове: AUD/USD ($\hat{d} = 0,189$ при $\square = 0,56$), BRL/USD ($\hat{d} = 0,165$ при $\square = 0,62$), NZD/USD ($\hat{d} = 0,159$ при $\square = 0,55$) и CHF/USD ($\hat{d} = -0,180$ при $\square = 0,52$), като само при CHF/USD оценката е отрицателна. Подобни са резултатите и за статистически значимите Гаусови полупараметрични оценки на d - AUD/USD ($\hat{d} = 0,144$ при $\square = 0,56$), BRL/USD ($\hat{d} = 0,139$ при $\square = 0,62$) и CHF/USD ($\hat{d} = -0,129$ при $\square = 0,52$), но тук от групата отпада NZD/USD, където оценките на d са многократно по-ниски от съответните им GPH оценки и не са статистически значими. Оценките на d от логпериодограмната регресия с пропускане на началните хармонични честоти, както предлага Robinson, не се различават съществено от съответните им GPH оценки. За разлика от тях модифицираната логпериодограмна регресия на Phillips дава оценки на d , някои от които превишават многократно получените чрез другите методи и се получава, че единствено за JPY/USD, SEK/USD и ZAR/USD няма статистически значими оценки на d при разглежданите стойности на m в интервала от 0,5 до 0,7.

Разгледаните тестове са приложени и към квадратите на първите разлики на логаритмите на валутните курсове (squared returns), които както Velasco (1999) посочва могат да се използват като апроксимация на волатилността им. Получените резултати от тестовете, заедно с експериментираните FIGARCH модели потвърждават наличието на дълга памет във волатилността на валутните курсове.

Заклучение

Приложените тестове за дълга памет показват еднозначно, че такава е налична във волатилността на разглежданите валутни курсове, докато резултатите от тестовете за първите разлики на логаритмите на валутните курсове показват за много малко от тях наличието на дълга памет. Разгледаните полупараметрични тестове дават сходни резултати, с изключение на теста на Phillips, който претендира да е подобрен вариант на GPH теста, но дава противоречиви резултати.

Използвана литература

1. ANDREWS, D.W.K. (1991) Heteroskedasticity and Autocorrelation Consistent Covariance Matrix Estimation. *Econometrica*, 59(3), p.817.
2. Geweke, J. and Potter-Hudak, S. (1983) The estimation and application of long memory time series models. *Journal of Time Series Analysis*, 4(4), p.221–238.
3. HURST, H.E. (1951) Long-term storage capacity of reservoirs. *Transactions of the American Society of Civil Engineers*, 116(1), p.770–799.
4. Künsch, H. (1987) Statistical aspects of self-similar processes. *Theory of Probability and Its Applications*, 1(January 1987), p.67–74.
5. Lo, A.W. (1991) Long-term memory in stock market prices. *Econometrica*, 59(5), p.1279–1313.
6. MANDELROT, B.B. & WALLIS, J.R. (1969) Robustness of the rescaled range R/S in the measurement of noncyclic long run statistical dependence. *Water Resources Research*, 5(5), p.967–988.
7. PHILLIPS, P.C.B. (2007) Unit root log periodogram regression. *Journal of Econometrics*, 138(1), p.104–124.
8. Robinson, P.M. (1995) Gaussian semiparametric estimation of long range dependence. *Annals of Statistics*, 23(5), p.1630–1661.
9. VELASCO, C. (1999) Gaussian semiparametric estimation of non-stationary time series. *Journal of Time Series Analysis*, 20(1), p.87–127.

ПРИЛОЖЕНИЕ НА АЛГОРИТМИ ЗА ИЗЧИСЛЕНИЕ НА СХОДСТВО И ВАРИАЦИЯ НА ТЕКСТОВИ НИЗОВЕ

Борис Банков, Иван Кулумджиев
Икономически университет – Варна
boris.bankov@gmail.com, ivan_ognyanov@ue-varna.bg

Abstract. In the field of computational statistics exists a problem of how to measure and calculate the similarity between two or more pieces of text. The issue becomes more prominent when we try to apply the rules of transliteration to names of people or places and try to match them with their actual names. During our work on a software system for finding and matching scientific publications, written by our academic staff we conducted a study on algorithms for calculating similarity and variance in text strings.

Keywords: *variance, algorithms, calculating text similarity*

Въведение

Част от мисията на Икономически университет – Варна е да следва развитието на високите технологии и да въвежда иновации в областта на отчитането на публикационната дейност на академичния състав. За тази цел се разработи проект, който да спомогне дейностите по отчитане на публикациите на научната общност в ИУ – Варна и процедурите, свързани с акредитация и рейтингови класации.

В тази връзка е реализирана електронна база от данни за публикациите на преподавателите в ИУ-Варна, която е базирана на старата информационна система на библиотеката на университета. Процесът е по-подробно описан в доклада „Миграция на неструктурирани данни в релационна схема: проблеми, решения, алгоритъм“. За управление на информацията в електронната база от данни се изгради уеб базирана система, която позволява на преподаватели от ИУ – Варна да имат собствен потребителски профил с достъп до публикациите си. Основният модул, залегнал в миграцията между двете информацион-

ни системи, представлява алгоритъм за изчисление на сходство между **имената на автори** в старата информационна среда и **имената на регистриралите се преподаватели** в новата уеб система.

Целта на текущия доклад е да представи алгоритмите за изчисление на сходство и вариация в текстови низове и да аргументира избора на подход, които се използват в бизнес логиката на уеб базираната система за регистриране на публикационна дейност.

Дефиниране на проблема

Основната функция на разработената уеб система е да позволи на академичната общност в ИУ – Варна да поддържа архив с актуална информация за своята публикационна дейност. В системата са дефинирани три основни градивни единици – **публикация, автор и онлайн профил на преподавател**. В тази връзка е необходимо всеки преподавател да се регистрира в системата, да открие публикациите си, които се пазят в базата от данни и да ги синхронизира с онлайн профила си. В момента на изграждане на системата всяка публикация представлява единица, която може да е свързана с няколко автора, както и за всеки автор може да има множество публикации.

Основното предизвикателство пред нас е, че авторите в старата информационна система не могат да бъдат обвързани с единицата онлайн профил, поради две причини:

1. Възможно е да съществуват записи за автори, които няма да се регистрират или да имат достъп до системата. Това са напр. съавтори на публикации, които не са служители в ИУ – Варна.

2. Възможно е един преподавател да присъства с грешно изписани имена, или името му да бъде съкратено, според библиографското описание на публикацията.

За тази цел системата е необходимо да провери името на преподавателя от онлайн профила му и името на автора в библиографския запис, да отчете приликите и при достигане на определена висока степен на сходство да позволи синхронизация. За да се реализира тази функционалност сме приложили алгоритмите на т.н. размито търсене (fuzzy search algorithms).

Изследване на алгоритми

Изборът на подход за откриване на съответствие започва от възможностите под формата на методи, които се използват в програмната среда. В случая РНР предоставя три основни метода:

- `similar_text()` метод – използва броя съвпадащи символи между два текстови низа * 200 / (дължината на текст 1 + дължината на текст 2), както е описано в (Oliver, 1994);
- `levenshtein()` метод – изчислява броя символи за размяна, вмъкване или премахване, за да превърне текст 1 в текст 2 (Levenshtein, 1965);
- `soundex()` метод – чрез фонетична схема оценява транслитерирани текстови низове за с еднакъв първи символ и специален индекс от 3 цифри (Knuth, 1973).

Сложността на `levenshtein` метода може да се определи като $O(m*n)$, където m и n са дължините на съответните низове, което дава по-точни резултати спрямо $O(\max(n,m)**3)$ на `similar_text()`, но изисква повече време за изчисление.

Проучванията ни продължават с изследване на алгоритми с по-сложна реализация, както следва:

- `cosine similarity` – текстовите низове се превръщат във вектори, използвайки модела на векторно пространство (Smith, Danielsson & Jonsson, 2012) и се измерва косинуса на ъгъла между тях;
- `Hamming distance` – измерва броя различни символи на съвпадащи позиции в два текстови низа с еднаква дължина (Hamming, 1950);
- `Jaro-Winkler distance` – използва метрика за проверка на текстови низове с обща представка и е подходящ за проверка на грешно изписани имена, преведени от друг език или съдържащи ASCII символи (Winkler, 1999).

Приложение на Jaro-Winkler distance

Най-подходящият алгоритъм за изпълнение на задачите по синхронизация на публикационна дейност е `Jaro-Winkler distance`, поради факта, че отчита възможността за грешно изписване на имена, както и малката дължина на сравняваните текстови низове. В по-

къси думи обикновено срещането на вариация дава по-високо раз-миване. За реализация на програмната логика при сравнение на име-ната се разглеждат два варианта.

При първият се взимат и се сравняват по двойки името, прези-мето и фамилията на единицата автор и на единицата онлайн профил на преподавател. Тъй като резултата от алгоритъма е в областта $\{0,1\}$, като 1 е пълно съвпадение, при сумиране на резултатите се търси средна стойност по-голяма от 0,9. На следваща стъпка се про-веряват по двойки фамилията и първи символ от малкото име (сък-ратено библиографски) на автора и онлайн профила и се търси сре-ден коефициент на съвпадение над 0.95.

Заклучение

Концепцията за алгоритмите за размито търсене е част от по-голяма област на изследване на проблеми свързани с изчисление на сходство, а именно извличане на информация и откриване на знания. Въпреки, че при сравнение на имена няма възможност да се отчете семантична прилика между два текстови низа, в така представения доклад се разглежда един от класическите проблеми на компютър-ните системи, а именно откриването и премахването на дублиращата се информация.

Използвана литература

1. OLIVER, I. (1994). Programming Classics: Implementing the World's Best Algorithms, Prentice-Hall, Inc.;
2. LEVENSHEIN, V. (1965). Binary codes capable of correcting deletions, insertions, and reversals, Doklady Akademii Nauk SSSR, 163(4) p. 845-848.
3. KNUTH, D. (1973). The Art Of Computer Programming, vol. 3: Sorting And Searching, Addison-Wesley, p. 391-392.
4. SMITH, C., Danielsson, H., & Jönsson, A. (2012). A good space: Lexical predictors in vector space evaluation. In Lrec 2012–Eighth International Conference on Language Resources and Evaluation p. 2530-2535.
5. HAMMING, R. (1950). Error detecting and error correcting codes. Bell Labs Technical Journal, 29(2), p. 147-160.
6. WINKLER, W. (1999). The state of record linkage and current research problems. In Statistical Research Division, US Census Bureau.

СЪВРЕМЕННИ ТЕХНОЛОГИИ ЗА ИНТЕГРАЦИЯ НА УЕБ-СИСТЕМИ, ПРЕДОСТАВЯЩИ АДМИНИСТРАТИВНИ УСЛУГИ НА ГРАЖДАНИТЕ

Десислава Петрова
Икономически университет – Варна
desi_petrova@ue-varna.bg

Abstract. In the last few years the influence of the Internet over public life has increased. This is a precondition for the construction and development of web-based systems. Particularly important today is the question related to the integration of electronic administrative services that aim to ensure the electronic management and the right functioning of Bulgaria's e-government. Integration is a relatively complex process that requires the efforts of many specialists who work in the field of Information technology (IT) like XML and JAVA technology.

Keywords: *integration, xml, java, administrative services, systems*

Въведение

През последните няколко години все повече се засилва влиянието на Интернет в обществения живот. Това е предпоставка за изграждане и развитие на уеб-базирани системи, предлагащи услуги на гражданите. Особено значим в днешно време е и въпросът, свързан с интеграцията на електронни административни услуги, с цел да се подсигури електронното управление и правилното функциониране на електронното правителство на България. Интеграцията е сравнително сложен процес, който изисква усилията на много специалисти, работещи в областта на информационните технологии. В този контекст целта на настоящия доклад е проучване на някой съвременни технологии за осъществяване на интеграция между уеб-системи в различни институции, предоставящи административни услуги на гражданите.

Материали и методи

Административните услуги, които се предлагат посредством Интернет пространството, се наричат “електронни услуги” и се предоставят от лицата, на които е възложено осъществяването на публичните функции, както и обществените услуги, които могат да се заявяват или съответно да се предоставят от разстояние чрез използването на електронни средства. Тези услуги, за да се достъпят от обществото, е необходимо да се интегрират в система, чрез която могат да се заявят различни административни услуги, които са в правомощията на различни ведомства.

Една от особеностите при изграждане и функциониране на интегрирана система за административни услуги е необходимостта от осигуряване на съвместимост между данните в съществуващите бази данни в публичната администрация, както и съвместимост между тях и постъпващи данни от уеб-портала. В случая особеното е, че уеб-порталът се реализира посредством приложения, ориентирани към Интернет и уеб-базираните технологии, а ведомствените бази данни са организирани за работа в среда на локална мрежа и не са съобразени с набиращите популярност уеб-технологии. Днес ИТ индустрията се обединява около *XML* отворения стандарт като унифициран формат за представяне на данните и осъществяване на информационен обмен между платформено несъвместими приложни компоненти и бази данни. По този начин разработените и функциониращи бази данни запазват платформената си зависимост, но чрез *XML* базираните технологии става възможно осъществяване на информационен обмен между тях. Днес *XML технологиите* намират най-широко приложение за осъществяване на интеграция между междуведомствени уеб-системи, предоставящи административни услуги.

Резултати и обсъждане

Важно предимство на технологията *XML* е разделяне на данните от тяхната структура. Това условно разделяне дава възможност за развитие на уеб-приложенията и междусистемния информационен обмен в нова посока - чрез използване на платформено независими

данни (XML формат) и платформено независими приложения (уеб-услуги). Това на практика се реализира чрез дефиниране на XML схема и асоциирането ѝ с определен XML документ. Всяка XML схема определя - допустимите елементи, които могат да се използват в един XML документ; допустимите атрибути за тези елементи; допустимите стойности за елементите и атрибутите в документа; реда на подреждане на елементите в XML документа. За дефиниране на XML схемите се използват наложилите се стандарти - *Document Type Definitions (DTD)* и *XML Schema Definition Language (XSD)*. **DTD** дефинира разрешените за използване от един XML документ елементи, като за всеки документ се определя модел на съдържание. **XSD** е XML базиран език за описание структурата на XML документи, чиито синтаксис и правила за изготвяне на една XML схема се покриват с тези на XML документа.

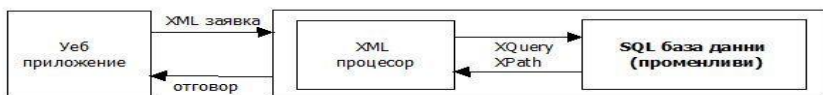
Интеграцията между хетерогенни уеб-базирани системи се осъществява чрез използване на XML базирани технологии по два начина: чрез разширяване на изградените и функциониращи реляционни бази данни с възможност за обработка на XML данни (XML-РБД); или чрез изграждане на бази данни с вградена поддръжка на XML (Native XML Database - NXDB). **Интеграцията на системи за услуги, базирани се на реляционни бази данни, които нямат вградена поддръжка на XML** се осъществява чрез осигуряване на XML интерфейс към системите за управление на реляционните бази данни и чрез използване на информационните технологии за между-системен обмен на данни, представено на фиг. 1:



Фигура. 1. Интеграция на уеб-системи чрез SQL база данни посредством XML интерфейс

Като предимство при този сценарий би могло да се посочи запазване същността на изградения и функциониращ към момента модел на информационен обмен. Като недостатък - увеличаване нивата, през които преминава клиентската заявка. Това предполага ново критично място при осъществяване на информационния обмен, както и забавяне на самата обработка.

Интеграцията на системи за услуги, базиращи се на релационни бази данни, които имат вградена поддръжка на XML се осъществява чрез променливи, в които се съхраняват XML документи и се трансформира SQL заявката от XML вградените технологии XPath и XQuery, което може да се разгледа на фиг. 2.



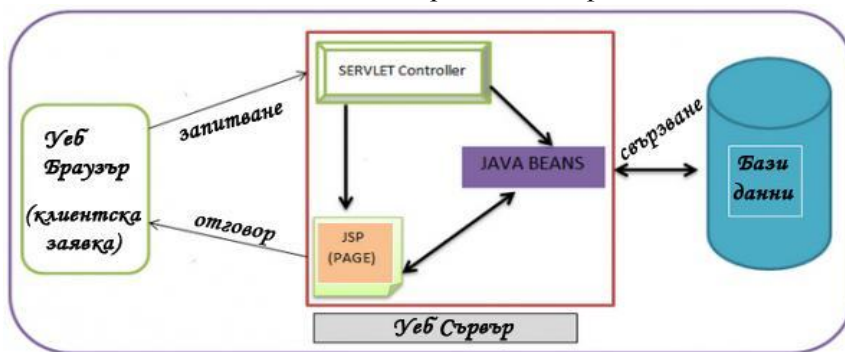
Фигура. 2. Интеграция на уеб-системи чрез SQL база данни посредством XML променливи

XPath е технология, която обслужва XML документи, но синтаксисът му не е XML базиран. Чрез XPath става възможно извличане на информация от XML документи и по-нататъшното ѝ използване като съставна част в други XML технологии. Извличането на информация чрез XPath става посредством задаване на XPath заявка, която съдържа описание на пътища до възли в XML документ и критериите на които тези възли трябва да отговарят и функционира съвместно с XQuery. При XQuery за разлика от релационните бази данни, където данните са представени в плоски двумерни таблици, данните в XML документите са изразени чрез йерархичен дървовиден модел. SQL като унифициран език за заявки към релационни бази данни се оказва труден за използване при XML данните. За преодоляване на тези недостатъци се разработва унифицираният език за XML заявка - XQuery. Този език търси и извлича елементи и атрибути от XML документите, като за целта използва функции, фрази, условия.

Като предимство при този начин на информационен обмен

между уеб-приложението и реляционната база данни следва да се посочи възможността за осъществяване на директна връзка между тях. Това води до намаляване на времето за обработка, но всичко това за сметка на изчислителните ресурси поради ресурсоемкостта на XML базираните технологии, като наличие на голям обем дисково пространство, оперативна памет, бързодействие на процесора.

Въпреки широкото приложение, което намират XML технологиите при реализиране на интеграция между ведомствени системи, днес все повече нараства популярността на програмния език **JAVA** като нова технология за интеграция на уеб-системи за административни услуги. JAVA се утвърди през 2016г. като най-добрия и най-прилагания език за програмиране, което се потвърждава чрез статия, публикувана в TechNews.bg (2016). Интеграцията на уеб-системи се осъществява посредством Java сървлети, JSP (Java Server Pages) страници и Java файлове и архиви, чрез които се изгражда една обща уеб-базирана система. **Java сървлетите** са Java програми, които приемат дадени входящи данни от потребителя, обработват ги и връщат като резултат динамично генериран HTML документ. **JSP** са разширение на Java сървлетите, което позволява в HTML документите да се вгражда Java код. Интеграцията на уеб-системи посредством технологията Java може да се разгледа на фиг. 3.



Фигура. 3. Интеграция на уеб-системи чрез Java технология

Източник: Webhostingsearch.com (2017) *Java Web Hosting* [Online] Available from: <http://www.webhostingsearch.com/jsp-web-hosting.php> [Accessed: 22/3/2017].

Предимството на JAVA технологията е, че тя превъзхожда оперетелите технологии като CGI (Common Gateway Interface), тъй като Java сървлетите не създават нов процес в операционната система, което значително забавя процеса по получаване на крайната услуга, а използват Java виртуална машина, която стои постоянно заредена и когато се „извика“ даден Java сървлет, той просто се изпълнява от нея и готовият резултат се връща на клиента, без да се създава нов процес за обработка на заявката. Но въпреки тези предимства, Java технологията все още не се е наложила като водеща при интеграцията на веб-базирани системи за административни услуги.

Заклучение

Можем да обобщим, че веб-интеграцията осигурява ефективен обмен на данни от различни приложения и обезпечава интеграцията между информационни системи между държавни институции, без това да изисква промяна на съществуващата информационна инфраструктура. Това е предпоставка за изграждане на интегрирани системи за административни услуги, които гражданите могат да използват удобно по всяко време и на всяко място. Интеграцията на подобни системи се реализира чрез най-модерните XML и Java технологии, осигуряващи перспективи за развитие на гражданското общество в условията на глобализация.

Използвана литература

1. АРОПА, Г., КИШОР, С. (2005) „XML Web services. Професионални проекти“, София
2. НАКОВ, С. (2004) „Интернет програмиране с Java“, София
3. MAYER, R., CRUMP, J., FERNANDES R., KEEN, A., PAINTER, K. (1995). Information Integration for Concurrent Engineering (ICE), Compendium Of Methods Report, Human Resources Directorate Logistics Research Division, Ohio
4. TechNews.bg (2016) *JAVA – най-популярният език за програмиране* [Online] Available from: <https://technews.bg/article-87924.html> [Accessed: 22/3/2017].
5. Webhostingsearch.com (2017) *Java Web Hosting* [Online] Available from: <http://www.webhostingsearch.com/jsp-web-hosting.php> [Accessed: 22/3/2017].
6. W3.org (2015) *XQuery 1.0: An XML Query Language (Second Edition) - W3C Candidate Recommendation* [Online] Available from: <http://www.w3.org/TR/xquery/> [Accessed: 21/2/2017].
7. W3.org (2016) *XML Path Language (XPath) 2.0 (Second Edition) - W3C Candidate Recommendation* [Online] Available from: <http://www.w3.org/TR/xpath20/> [Accessed: 21/3/2017].

**ИКОНОМИКАТА В ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ СВЯТ – НАЦИОНАЛНИ,
РЕГИОНАЛНИ И ГЛОБАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ
(ИПС-2017)**

Сборник с доклади от VIII международна научна конференция

Том I

Даден за печат *05.05.2017 г.*
Излязъл от печат *10.05.2017 г.*
Формат *70×100/16*

Печатни коли *35,75*
Издателски коли *34,0*
Тираж *120*

Издателство „Наука и икономика“
Икономически университет – Варна
ул. „Евлоги Георгиев“ 24
Печатна база на ИУ – Варна

ISBN 978-954-21-0927-3