

 **ТОМ 4**

ГОДИШНИК НА ДЕПАРТАМЕНТ

 **"АДМИНИСТРАЦИЯ
И УПРАВЛЕНИЕ"**

Годишник на департамент
„Администрация и управление“, т. 4 (2019)



**YEARBOOK
OF DEPARTMENT
“ADMINISTRATION AND
MANAGEMENT”**

**2019
VOLUME 4**

**ГОДИШНИК
НА ДЕПАРТАМЕНТ
"АДМИНИСТРАЦИЯ И
УПРАВЛЕНИЕ"**

2019
ТОМ 4

Научен редактор:
проф. д-р Людмил Георгиев

Отговорен редактор:
доц. д-р Албена Павлова

Редакционен съвет:
проф. д-р Людмил Георгиев
проф. д-р Николай Арабаджийски
доц. д-р Георги Пеев
доц. д-р Кристиян Хаджиев
доц. д-р Соня Алексиева
доц. д-р Кирил Радев

ГОДИШНИК НА ДЕПАРТАМЕНТ „АДМИНИСТРАЦИЯ И
УПРАВЛЕНИЕ“, т. 4 (2019)

© Издателство на Нов български университет, 2019
ул. „Монтевидео“ 21, 1618 София
www.nbu.bg
www.bookshop.nbu.bg

© Ралица Николова – автор на корицата и графичен дизайн, 2019

Всички права са запазени. Не е разрешено публикуването на части от книгата под каквато и да е форма – електронна, механична, фотокопирна, презапис или по друг начин – без писменото разрешение на носителя на авторските права.

Докладите, включени в настоящия том, са публикувани във вида, предоставен от авторите, които носят пълна отговорност за съдържанието им.

ISSN 2603-297X

СЪДЪРЖАНИЕ

- 8 Албена ПАВЛОВА
Българската мечта - поглед през рекламите
- 18 Ангел СТЕФАНОВ
Обществените обсъждания в общините - възприятия, практики, интерпретации
- 44 Ботьо ЗАХАРИНОВ
Устойчиво управление на почвените ресурси в България - стратегии, принципи и тенденции
- 58 Ваня БАНКОВА
Развитие на селските райони в България в периода от Освобождението до наши дни
- 80 Ваня ХАДЖИЕВА
Дизайн на глобализацията
- 110 Даниела ЙОРДАНОВА
Отражение на международните стопански кризи върху икономически сектори в България през периода 2008-2017 година
- 140 Екатерина ЦВЕТАНОВА
Взаимодействието между човека и „интелигентните“ машини - новите правила при управлението на човешките ресурси
- 156 Елена БЛАГОЕВА
Анализ на „комуникативното действие“ на Хабермас по отношение на формирането на културни политики

- 168 Кирил Г. РАДЕВ, Габрина СВЕТОСЛАВОВА
Опаковките на шоколадовите изделия – мотив за потребителски избор и инструмент за конкурентоспособност на организациите
- 192 Маргарита МИШЕВА
Туристическите атракции - роля и значение за дестинациите
- 206 Мария А. ИВАНОВА
Създаване на устойчиво работно място в мултикултурна организация
- 228 Николай АРАБАДЖИЙСКИ
Усъвършенстване на системата за противодействие на корупция в Република България
- 248 Соня АЛЕКСИЕВА
Специалните събития в туризма - най-атрактивните комуникационни инструменти към преживяването и взаимодействието с потребителите
- 262 Теодора РИЗОВА
Развлекателните паркове в туристическата индустрия
- 272 Юлияна ГЪЛЪБИНОВА
Политики и програми за насърчаване на малките и средни предприятия в Европейския съюз
- 296 Sabrina ELBACHIR, Lakhdar ADOUKA,
Juliana HADJITCHONEVA
Music within Stores: Does It Impact The Algerian Consumer Behaviour?
- 316 Slobodan NEŠKOVIĆ
Modern Paradigm In The Context Of Reform Of The Public Authority And Administration
- 350 Sunčica STANKOVIĆ, Ratomir ANTONOVIC, Ilija ŽIVOTIĆ
Social - Economic And Safety Aspects Of Rehabilitation Of Public Authority With The Opinion on The Privatization of The Company

БЪЛГАРСКАТА МЕЧТА - ПОГЛЕД ПРЕЗ РЕКЛАМИТЕ

Доц. д-р Албена Павлова
Нов български университет

Анотация: За образоващата и възпитаваща функция на рекламата не само не се говори, но дори не се мисли в България. Тази статия разглежда съществуващото положение в телевизионните реклами и докосва проблемите, чието решаване може да бъде подпомогнато чрез включването на подходящи образи в рекламите.

Ключови думи: реклама, възпитание, употреби на рекламата.

THE BULGARIAN DREAM - A LOOK THROUGH THE ADS

Assoc. Prof. Albena Pavlova, Ph.D.
New Bulgarian University

Abstract: *Not only is the educational and upbringing function of advertising not talked about, but not even thought about in Bulgaria. This article looks at the current situation in TV ads and addresses issues that can be helped by incorporating relevant images into ads.*

Key words: *advertising, education, uses of advertising*

За рекламата се говори и пише ежедневно. Дали за добро или за лошо, но тя е част от съвременния начин на живот на всички. Стереотипите са, че рекламата е нещо досадно, което повече ни пречи, отколкото помага, но всъщност тя може да бъде умело използвана, за да възпитава. Тази ѝ функция - възпитаващата, убягва не само на повечето рекламодатели и рекламисти, но и на управляващите, които биха имали най-голяма полза от това, в старанието си да творят различни образователни стратегии.

Освен всички други дефиниции, Речникът на думите в българския език определя мечтата като: „Създадена от въображението представа за нещо“ [Речник на думите в българския език, онлайн]. С други думи това е създаденият образ, представата, която имаме в главите си за това как трябва да изглеждат нещата около нас, за това как трябва да изглеждаме ние самите, за това как трябва да изглежда животът ни. Т.е., за да постигнем нещо в реалността (действително съществуващото [Речник на думите в българския език, онлайн]), първо трябва да го видим в мислите и мечтите си. Този образ може да бъде провокиран и сътворен от всичко, което виждаме и преживяваме в ежедневието си. Какво по-удобно средство за настаняване на този образ в главите ни от рекламата!

Макар на мечтателите обикновено да се гледа като на възмързеливички и откъснати от действителността хора, всъщност в областта на науката и изкуството именно мечтите, съчетани с богато въображение и футуристично виждане, водят до създаване на нови идеи и открития. „Мечтите са едно естествено явление. Те са нашето желание да оформим света или поне битието си във вид, който намираме за хармоничен и добър за нас.“ [Сарлов] На практика мечтите движат света и подреждат обществото.

Едва ли има някои, които не е чувал за „американската мечта“ – някои даже я постигнаха. „American Dream“ е основен елемент от националната култура на САЩ. Тя определено е свързана с идеята за свобода, бързото забогатяване (постигнато с ум и работа), социалната мобилност, гордостта от размера на платените данъци, доброто образование (евентуално!), спортните постижения, кола, къща, три деца и куче. Именно това ни се показва в почти всеки американски филм и в голяма част от американските реклами.

За българската мечта също често говорим, особено на маса или в политическите речи. Най-общо (както и американската и всяка друга) може да я разглеждаме в две плоскости – мечтата за България като нация и мечтата на всеки отделен човек като индивид – т.е. имаме национална и индивидуална българска мечта!

Колективните мечти на практика придават смисъл на националното съществуване. Те обединяват милиони умове и съставляват основна част от националното съзнание – кодът на един народ [Сарлов]. Индивидуалните мечти оформят ценностната система на отделните хора и са не по-малко важни за развитието на една държава. Рекламата неминуемо отразява културата и народопсихологията на всяка нация, следователно – за един народ можеш да съдиш по рекламите, които го вълнуват, които са успешни, рекламите, които „работят“ на дадената територия, в дадена културна среда.

Но рекламата освен да отразява, може и да възпитава и променя културни ценности, да създава културни модели. Тя го прави независимо от това дали го осъзнаваме или не. Ако го правим съзнателно обаче и имаме изградена национална политика за това – бихме могли да възпитаваме определени ценности и модели на толерирано поведение. Достигайки до огромен брой хора, рекламата може да формира и налага стереотипи, да ангажира за каузи, да променя възгледи, да образова.

Един бърз преглед на публикациите по темата за „българската мечта“ я разказват като: Българската мечта – всекиму според потребностите [Рачев, 2010], Българската мечта – по-далеч от България [Вутев, 2019] или дори задават въпроса – Има ли въобще българска мечта? [„Има ли...“] Ако се дистанцираме от чистата политика и опозиционното писане, освен дребничките човешки мечти

за добруване (в смисъла на придобиване на желани стоки, които биха ни направили щастливи), имаме и една голяма българска мечта – „... идеята да превърнем България в рай, на който да се възхищават всички народи в света“ [Сарлов] – Швейцария на Балканите.

И ако за представяне на националната мечта все пак се грижим някак, дори в рекламите (има доста, разчитащи именно на мотива за обединена България, България – най-хубавото място на света и пр.), то когато говорим за изграждане на индивидуалния образ за живота на всеки от нас, нещата не са особено обмислени.

Каква е индивидуалната българска мечта, която ни показват чрез рекламите? Направих проучване върху вечерните рекламни блокове на двете големи национални телевизии (БТВ и Нова) в рамките на две седмици – края на юли и началото на август 2019 г., за това как се представя мечтаното от българите. Наблюдението беше единствено върху български реклами и български продукти. Още тук искам да направя уточнението, че това са добре работещи и креативни реклами, към които не отправям никаква критика – просто се опитвам да очертая образа, който се изгражда на подсъзнателно ниво.

Картината, която се разкрива може да се опише като:

- Чакаме сезонът на дините, когато никой не е валат – Мас-тика Пещера. Сексуалните апели са запазена марка на бранда и описват българина най-малкото като „мераклия“, а меракът невини е осъществен на практика.

- Двамата с баба пием кафе – Нова Бразилия. Веднага мисълта е наведена към това къде са родителите? Отговорът, който се налага без да искаме е – в чужбина, изкарват пари.

- Медикс Алвина ни залива с песните на домакинята – най-добрата в квартала. Т.е. за българката чистенето е песен и желана реализация – идилия!

- Крадецът на ябълки ултимативно – „Повтарям (съответно правя, бел. автора) защото ми харесва!“ – навежда ни на мисълта, че можеш да правиш каквото си поискаш, когато си крадец, а и да си крадец е супер.

- Технополис – „Снимаш (в София, бел. автора) и никой няма – на море са, но пишат: Ти си си най-добре!“ – показват българина като човек, който смята, че чуждото винаги е по-хубаво, каквото и да е то.

- Билет Щастливите съзвездия на Националната лотария – показва извънземно, което търка 2 билетчета наведнъж в четирите си ръце, докато лежи във ваната! Има ли нужда от коментар? Това наистина е мечтата на целокупния български народ за бърза печалба без работа...Уви!

- С Максо е така – и ремонта, и морето, и колата! – културата на бързите кредити вече се е превърнала в национална култура, за съжаление, но тази реклама показва и приоритетите на българина.

- Теленор – телефон със супер селфи-камера с аксесоари на лизинг (и то на лизинг!), отново ни показва мечтата за живот тук и сега, живот на кредит.

- Спящата красавица в „приказката с щастлив край“ на Дормео спи на топ-матрак – абе, в България дори тя трябва да пести от истински матрак...

- В рекламата за потребителски кредит от Фибанк ни обясняват, че „Човек и добре да живее, се появява някой натрапник!“ – мнооого натрапници в тази държава, бе! И ние трябва да оправяме нещата след тях!

- Семейният модел, за който много внимавах при наблюдението, открих единствено в реклама на А1 – едно дете и куче, дори родителите отсъстваха! А в реклама за домашен текстил на Айко се прокрадваше двудетен модел и забавляващо се семейство. Колко сме далеч от тридетния модел и голямото сплотено семейство на американците, а искаме да има повече деца в България. Всъщност, искаме ли?

- След „Сега е времето – ти определяш посоката“ от Пощенска банка постулират: „Сега е време да се разделя с миналото“. Интересна тенденция в рекламите, която като че ли пребори ретросоцвълната, която до скоро ни заливаше. Това е една от малкото реклами, които възпитават в това, че човек сам трябва да поеме отговорност за себе си. Тя може да се даде като добър пример за промяна на национални ценностни модели, останали от социализма, и очакването друг (респ. държавата) да поеме отговорност за нас.

Както подчертават специалистите по когнитивна наука през последните години, познанието е въплътено и човек мисли със своето тяло, а не само с мозъка си. Механизмът, който причиня-

ва тези умствени събития, е известен от дълго време и той се нарича асоциация на представи. [Канеман, 2012] Именно това постигаме, когато гледаме, особено нееднократно (както се случва с рекламите), дадени картини. Тези картини се загнезждат дълбоко в подсъзнанието ни и стават отправна точка за по-нататъшни сравнения, мисли, действия, мечти. Често дори не включваме съзнанието, а минаваме на механизма – „ами така се прави“.

В политическите среди е добре известно, че икономиката следва културата, а политиката идва след икономиката. [Сарлов] Т.е. ако искаме да променим съществуването си, трябва да променим културните модели, а за това може да помогне и рекламата. Не казвам, че тя е панацея и единствено на нея трябва да се разчита, но е всеизвестно, че децата обичат да гледат реклами, дори са като зомбирани от тях. Във все още чистите им умове отрано се настаняват моделите, които виждат в тези реклами. Разбира, се тук трябва да включим и всички други форми на визуална комуникация, каквито са детските книжки и филмчета, клипчетата в интернет пространството, видеоигрите и пр., както и поведението, което наблюдават около себе си, но рекламите са забележима част от тази комуникация.

Естествено, не бива да оспорваме ролята на образованието, което трябва да е водещо при формирането на ценности и културни модели, но както знаем учебниците са изпълнени май с повече негативни примери, отколкото с добри. Киноиндустрията ни също трудно може да бъде контролирана, макар държавата да финансира част от филмите. Така че време е да видим и използваме образоващата функция на рекламата. Това може да стане мисия на хората в рекламния бизнес, когато има съгласие за търсената промяна и новите модели, които искаме да наложим.

Христоматиен е примерът на Хонг Конг за формиране на културна нетолерантност към корупцията, където промяната на нагласите се осъществява чрез ранно (от 4 до 22 годишна възраст) образование на децата. Уникалните идеи включват и неща като [Благоева-Хазърбасанова, 2011]:

- телевизионна анимационна програма, разпространяваща позитивните ценности като честност, свързаност с другите, отговорност и др. сред съвсем малките деца;

- младежки уебсайт за популяризиране на антикорупцион-

ните послания чрез компютърни игри и занимания в уеб страници, като са включени ученици като репортери, уеб дизайнери и автори на съдържанието;

- интерактивни театрални представления в училище и Форум театър;

- изградена е тясна връзка с издателите и писателите на учебници, насърчавайки ги и помагайки им да включат антикорупционни елементи във всички предмети, които допускат по-малко ограничения и др.

Съвсем ясно е, че включването на възпитаващи антикорупционно поведение елементи дори в обикновени продуктови реклами, би било съвсем уместно и ползотворно. Разбира се ролята на държавата и управлението, политическата воля си остават ключови, за да се случи това. Идеино би било и разработването на социални реклами, стимулиращи промяната в мисленето и културните нагласи. Цената би била доста по-ниска от изхарчените досега на вятъра средства за борба с корупцията, както и от изчислените 120 милиарда евро годишно, които корупцията струва на икономиката на ЕС [„Борба с ...“, 2019]. Така би била защитена и една от българските мечти – мечтата за некорумпирано общество!

България е втората държава след Италия с най-висок дял на младите хора, които са изключени от всякаква форма на обучение, квалификация и заетост. Младежката безработица при хора на възраст между 15 и 24 години, които нито работят, нито учат и не желаят да се квалифицират е проблем, който чака решение. На европейско ниво се предвиждат 6 млрд. евро посредством така наречената инициатива за младежка заетост, които да го решат. [Димитрова, 2017] Ако поне част от тези средства се отделят за подходящо включване в реклами, може би ще има по-бърза промяна в ценностите и моделите на желано от младежите поведение.

Футуристичните прогнози предвиждат, че още след 15 години ще са изчезнали много от днешните професии, а това от своя страна поставя въпроса какъв публичен сектор ще е нужен в бъдеще. Дали ще бъдем подготвени за това и ще е направено ли нужно планиране в ЕС и особено в България, която се характеризира с недостиг на работна сила на пазара на труда, застаряващо население и непопулярност на публичния сектор като работодател сред младите хора. [Димитрова, 2019] Това е още един проблем,

който може да бъде решен поне отчасти чрез рекламата. Необходимо е още от сега да се формира положителна нагласа сред младите за работа в публичната администрация, както и привлекателност на службата за обществото. Асоциациите, които буди в момента „държавната работа“ са свързани с неудовлетвореност, ниски доходи, некомпетентност, политизиране и пр., а политическото говорене ни натяква, че държавната администрация трябва да бъде съкратена – не че се прави, но се говори! Мечтата за работа в публичната администрация се свързва главно със сравнително сигурното работно място и възможността за допълнителни плащания, а не с престижа на работата за обществото...

Показаните примери са само малка част от проблемите, които могат да бъдат поне частично и подпомагащо решени чрез използването на рекламата. Асоциативното ни мислене може да се стимулира, като се внимава да бъде показван тридетен модел на семейство, кражбата да не се представя в позитивна светлина, забогатяването да е чрез труд и висока образование, да се акцентира на престижността на професиите, които искаме да развиваме и пр.

Сигурно е наивно да вярвам, че рекламата може да оправи сгрешените културни модели, обърнатите ценности и обърканиците представи на българите, но със сигурност може да допринесе за това. Всички, включени в процеса на рекламиране, трябва да си дават сметка за това, че рекламата, освен че продава, възпитава, а властимащите може да използват тази ѝ роля, за да покажат и след това реализират „българската мечта“.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артог, Франсоа. Режими на историчност (Презентизъм и изживяване на времето), София, НБУ, ISBN 978-954-535-479-3.
2. Ачев, Ивайло (редактор). Има ли българска мечта?, – В: www.actualno.com, https://www.actualno.com/actualno/ima-li-bylgarska-mechta-news_580875.html, от 10.12.16 (отворено на 24.07.2019 г.).
3. Благоева-Хазърбасанова, Елена. Промяна на културните нагласи – стратегическа цел на антикорупционното образование, Годишник на Центъра по публична администрация, 2011 г., том VI, НБУ, 2011, ISSN 1313-4760.
4. Борба с корупцията. Европейски семестър – тематичен информационен документ, Европейска комисия, 22.11.2017 г., видим на: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/european-semester_thematic-factsheet_fight-against-corruption_bg.pdf
5. Вутев, Спас. „Българската мечта – по-далеч от България.“ – В: в. Дума, 24 юли 2019, <https://duma.bg/balgarskata-mechta-po-dalech-ot-balgariya-n168815>
6. Димитрова, Мариана. Планиране на човешките ресурси в публичния сектор. – В: Годишник на департамент Администрация и управление, том 3, 2018 г., НБУ, 2019, ISSN 2603-297X (Online) Видим на: <https://administracija-i-upravlenie.nbu.bg/bg/godishnici/arhiv-na-godishnik-na-departament-administracij-i-upravlenie/godishnik-na-departament-administracij-i-upravlenie-t-3-2018-issn-2603-297-x-online>
7. Димитрова, Мариана. Проблеми на политиката за младежката заетост и безработица в България. – В: Годишник на департамент Администрация и управление, том 2, 2017 г., НБУ, 2017, ISSN 2603-297X (Online). Видим на: <https://administracija-i-upravlenie.nbu.bg/bg/godishnici/arhiv-na-godishnik-na-departament-administracij-i-upravlenie/godishnik-na-departament-administracij-i-upravlenie-t-2-2017-issn-2603-297-x-online>
8. Канеман, Даниъл. Мисленето, Изток-Запад, 2012, ISBN 978-619-152-055-8.

9. Кларк, Грег. Лидерство и управление на отворените градове, Британски съвет, 2010, ISBN: 978-84-614-1323-2.

10. Корупция и антикорупция. Център за изследване на демокрацията, София, 2003 ISBN 954-477-102-6.

11. Рачев, Никола. Българската мечта – „Всекиму според потребностите“. – В: web cafe, 04.11.2010, 10:08 (обновена 06.11.2010, 10:29), https://www.webcafe.bg/id_410218472 (отворено на 24.07.2019 г.).

12. Речник на думите в българския език, онлайн. Видим на: <http://rechnik.info/%D0%BC%D0%B5%D1%87%D1%82%D0%B0> (отворено на 4.08.2019 г.).

13. Сарлов, Валентин. Българската мечта. – В: www.bgnow.eu <http://www.bgnow.eu/news.php?cat=2&cp=2&newsid=68227> (отворено на 24.07.2019 г.).

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Албена Павлова е доктор на СУ „Св. Климент Охридски“ и доцент към департамент „Администрация и управление“ на Нов български университет, член на Група Цветя България. Интересите ѝ са в областта на комуникациите, рекламата, символиката, психологията и др. Автор е на монографиите „Секс, еротика, реклама“ и „Реклама, публичен брандинг, нормативна уредба“, както и на редица статии, между които: „Недооценената реклама“, „За морала и етиката в рекламата“, „Свободата и сексуалността в рекламите на цигари“, „Имидж, репутация, бранд“, „Публично отговорната реклама“, „Цветовата символика в рекламите на храни“, „Текст и контекст в рекламата“, „Синьото – изборът на публичната администрация“ и др.

ОБЩЕСТВЕНИТЕ ОБСЪЖДАНИЯ В ОБЩИНИТЕ - ВЪЗПРИЯТИЯ, ПРАКТИКИ, ИНТЕРПРЕТАЦИИ

Гл. ас. д-р Ангел Стефанов
Нов български университет

Анотация: Текстът представя резултатите от емпирично проучване сред общините в България за провежданите от тях обществени обсъждания. Изследването включва анкета с 12 затворени въпроса за субективни разбирания и конкретни данни, свързани с обсъжданията, както и заявление за достъп до обществена информация с 6 въпроса, които са изпратени до всички общини. Преобладаващо, органите на местното самоуправление не участват с голямо желание в подобен род изследвания, но въпреки това в получените отговори се откриват някои ясни тенденции, интересни възприятия и любопитни практики.

Ключови думи: обществено обсъждане, община, достъп до обществена информация, анкета.

PUBLIC DISCUSSIONS IN MUNICIPALITIES - PERCEPTIONS, PRACTICES, INTERPRETATIONS

Assist. Prof. Angel Stefanov, PhD
New Bulgarian University

Abstract: This paper reveals the results of an empirical research of the provided public discussions in Bulgarian municipalities. The research consist of two questionnaires - one with 12 closed questions concerning subjective perceptions and specific data, and another with 6 questions, asked in the frame of Access to Public Information Act. Despite the conclusion, that the local authorities don't show willingness to participate in such kind of studies, the answers indicate interesting tendencies, understandings and practices.

Key words: public discussion, municipality, access to public information, questionnaire

В публикацията „Анализ на потребностите от информация за провежданите обществени обсъждания в България на местно ниво“, поместена в Годишник на департамент Администрация и управление за 2018 г., представихме дефиниция за обществено обсъждане, както и мотивацията и логиката при съставянето на два структурирани въпросника, свързани с обществените обсъждания, изпратени до общините в България. Единият въпросник е изготвен съгласно Закона за достъп до обществена информация, а другият представлява анкета със затворени въпроси. Извън обхвата на изследването остават Столична община, община Белица и община Цар Калоян. Изключването на Столичната община произлиза от спецификата на Закона за устройство и застрояване на Столична община и високите нива на гражданска активност, което води до по-богата и разнообразна практика, изискваща специален инструментариум за изследване. Към момента на изпращането на въпросниците – м. юли 2018 г., в интернет сайта на община Цар Калоян няма никакъв работещ контакт за дистанционна комуникация с органите и администрацията, което направи невъзможно включването ѝ в изследването. На страницата на община Белица има посочен неактивен имейл, след позвъняване по телефона е предоставен втори имейл, чрез който също не може да се изпрати до адресата желаната кореспонденция.

От изпратените 262 двойки въпросници, от 165 общини има обратна връзка, което прави 62,9% отклик. 151 общини са отговорили на заявлението за обществена информация, като в тази бройка включваме и 5 отказа. На практика, оставащите 146 общини са предоставили в една или друга степен информация и това представлява данни от 55,3% от всички общини в България. 11 общини са изпратили входящ номер на заявлението, но впослед-

ствие не са отговорили. Тук влиза и община Антон - откъдето желаят да им бъде заплатена сумата от 3,82 лева с ДДС за изготвена справка от 2 страници, и тъй като сумата не е платена, справка не е предоставена. Съгласно чл. 35, ал. 3 от ЗДОИ и Заповед на министъра на финансите № ЗМФ-1472/29.11.2011г. относно нормативи за разходите при предоставяне на обществена информация по Закона за достъп до обществена информация обаче, когато заявителят е поискал достъпът до информация да му бъде предоставен по електронен път и е посочил адрес на електронна поща за получаването, органът изпраща на посочения адрес на електронна поща решението за предоставянето на достъп заедно с копие от информацията или интернет адреса, на който се съдържат данните, като в тези случаи не се заплащат разходи по предоставянето на обществената информация. Интересна е реакцията в други три общини - администрацията в Правец, Батак и Поморие е поискала уточнение на зададените по ЗДОИ въпроси, но след направеното уточнение не е последвал отговор.

Сред отговорилите на въпросите по ЗДОИ, служители в общо 116 общини са отговорили и на затворените въпроси, което прави 43,77% от всички общини. Попълнили анкетата са 4 зам.-кмета, 44 секретари, 18 директори на дирекция, 18 юри-сконсулти, 4 служители за връзки с обществеността, 13 началници на отдел, 9 главни експерти, 3 младши експерти, 3 главни специалисти. 31 от отговорите са попълнени в Google Forms, 83 са изпратили отговорите си по електронна поща, а 2 отговора са пристигнали на хартиен носител по традиционна поща. В последващия анализ е направен опит да се отчете, че отговорите отразяват становище на един служител на администрацията, а не общата позиция на общината, но все пак това би трябвало да е служителя, най-тясно ангажиран с организацията и провеждането на обществените обсъждания, както и наличието на влияние на местната организационна култура върху формирането на представеното мнение.

Някои от основните хипотези, които бяха формулирани в „Анализ на потребностите от информация за провежданите обществени обсъждания в България на местно ниво“ са, че много от общините не гледат сериозно на подобен род изследвания и няма да отговорят изобщо, или ще подхождат без необходимост

та доза задълбоченост; общините не използват пълноценно обществените обсъждания, защото подценяват възможностите, които може да им осигури тази процедура; както и че гражданското общество също не използва оптимално обществените обсъждания като възможност за участие.

Анализът на броя на постъпилите отговори напълно потвърждава първото твърдение. Различни нормативни актове, управленски, етични и комуникационни стандарти, принципите на добро управление задължават органите на местно самоуправление да отговарят на всички постъпили писма, включително заявления за достъп до обществена информация и анкетни проучвания. Текстовете от закона за достъп до обществена информация регламентират, че липсата на отговор се третира като отказ, процедурата за обжалване на подобен отказ директно препраща към съответния административен съд, а общата практика е на неотговорилата институция да се отсъжда и заплащането на съдебни разходи. Дори и под тази заплаха, 97 общини или 37,1% от респондентите изобщо не са положили труда да отговорят по какъвто и да е начин. Още по-неблагоприятна е ситуацията при анкетата, където 56,23% или повече от половината не са отговорили. Както ще видим надолу в текста, при анализа на съдържанието на отговорите за отделните общини ще се потвърди и втората част от твърдението, че при отговорите се подхожда и без необходимата задълбоченост, и се отговаря чисто формално.

На първия въпрос в анкетата относно собственото разбиране на отговарящия за обществени обсъждания, в 28 общини или 24,1 % от всички отговорили приемат, че обществените обсъждания са съществена част от целия политически процес на местно ниво. Най-много – 74 или 63,8% от отговорите са, че обществените обсъждания могат да подобрят комуникацията и легитимността на решенията на местно ниво. 11 или 9,5% отговарят, че обществените обсъждания изпълняват само допълващи и компенсирателни функции в отношенията между институции и граждани, а едва 3 отговора (2,6%) настояват, че в обществените обсъждания понякога може да се достигне до полезни предложения и информация, но като цяло са загуба на време за органите на местно самоуправление и администрацията. Никой от анкетираните не споделя тезата, че обществените обсъждания са

ненужни и затормозяващи дейността на местната власт изисквания. Преобладаващият брой отговори индикират положително възприемане на обществените обсъждания от служителите в общините. Този сигнал обаче в отговорите на някои от следващите въпроси е компрометиран.

Вторият въпрос от анкетата разкрива какви собствени цели служителите в администрацията влагат и преследват при провеждането на общественото обсъждане, като се допуска повече от един отговор и ранкиране на възможностите. Като най-предпочитана първа опция е посочена неутралната „да се изпълни закона“ – от 52 респондента. Едно възможно тълкуване на тези данни е в посока, че ако законът не го изисква изрично, много вероятно е в 44,8% от общините обществени обсъждания изобщо да не се провеждат. Това е първото разминаване с положителните нагласи, показани в отговора на първия въпрос. Възможен е обаче и друг прочит. Юрисконсултите, които са отговаряли на анкетата масово, са посочили варианта „да се изпълни закона“ на първо място, като повечето не са предложили и друга цел. Ако допуснем, че образованието на една част от секретарите на общини също е юридическо и такъв нормативен подход е заложен в нашата правна образователна традиция, няма основания да смятаме, че точно с този отговор се противоречи пряко на разбирането за важната роля на обществените обсъждания. Опцията „да се изпълни закона“ силно намалява като втори, трети и четвърти избор и в отговорите на 40 общини изобщо не фигурира. С известни резерви може и да се допусне, че точно тези 40 общини представляват по-интересна извадка за изследване, защото за тях може да се предположи, че са подходили към попълването на въпросника не чисто от законова, но преобладаващо от функционална гледна точка.

Втората по важност цел, която служителите заявяват, че преследват, е „да се информира обществеността“. Тази заявка е на второ място сред първите предпочитания с 26 отговора (22,4%) и на първо място сред вторите – 40 отговора (34,5%). Особеното на този отговор е, че той не се покрива напълно с представената дефиниция за обществени обсъждания, а именно „официално организирани и документиращи срещи и дискусии на живо с обществеността, включително и пряко незаинте-

ресовани граждани, в контекста на предстоящо решение“. „Да се информира обществеността“ изключва дискуссионния компонент, респективно възможността на гражданите да участват при взимането на решение, затова е важно как този отговор се комбинира с други потенциални цели. Очертаващата се комбинация, която като първа и втора цел посочва да се изпълни законът и да се информира обществеността, вече трябва да означава, че въпросната община реално не разчита и не търси мнението на своите граждани, а прави обсъжданията по задължение и с нагласата да наложи своята позиция на гражданите. Това съчетание са появява в отговорите на 34 общини (29,3%), което е белег за съществено разминаване между декларираното разбиране за обществените обсъждания в първия въпрос и целите, които реално се преследват чрез провеждането му.

Трети предпочитан отговор е „да се събере информация преди вземането на решение“. Посочен е като първа цел в 17 общини (14,6%), като втора цел в 26 общини и най-много като трета цел - в 27 общини. Сред ранкираните на първо място следва нагласата „да се поддържа доверието в институциите“, което е първи избор за 15 общини (12,9%). Вариантите „да се проверят обществените нагласи“ и „да се генерира обществена подкрепа“ са с по 3 първи предпочитания (2,6%), като при тях възприемането им за втора, трета и четвърта цел постепенно се увеличава в посочените отговори.

„Общинската администрация получавала ли е помощ или подкрепа при/за провеждането на обществени обсъждания?“ разкрива данни за желанието общината да подобрява капацитета си при провеждане на обществените обсъждания, както и наличието на някаква организирана гражданска активност в общините в България. Вариативността в предложените отговори беше дълбоко обмислена, защото, от една страна, всеки отговор включва в себе си много различни хипотези, а от друга страна, беше невъзможно да се включат подвъпроси, които да разкрият различни детайли и особености. Тази невъзможност е предопределена от заплахата за прекалено раздуване на анкетата, необходимостта от вкарване на трудни за засичане индикатори, разкриващи слабости в мениджмънта или моралните характеристики на ръководители и/или респонденти.

Оказва се, че 62 общини (53,4%) от анкетираните не са получавали или търсили настоятелно никакво съдействие при провеждането на обществените обсъждания. Интерпретациите могат да бъдат в различни посоки, от най-лесно откροимите – неразбиране на същността на процеса/процедурата и нежеланието за подобряване на административния капацитет през отсъствието на гражданско общество и активни граждани до липсата на финансови средства и подкрепящи програми от страна на държавата.

Двойно по-малко – 31 общини (26,7%), са ангажирали под някаква форма консултанти, сътрудници и външни за общината експерти за провеждането на обсъждания, включително и като водещи на обсъждането. Това е повече от предварителните очаквания за брой на общини, които са отделили някакъв ресурс, за да наемат специалисти, подпомагащи обществените обсъждания. Коментарът, че повече от една четвърт от общините отделят допълнителен ресурс, за да подпомагат успешното провеждане и търсенето на положителен резултат от обсъжданията, е най-логичният и съотносим към тези данни, но не е единствено възможно. В полето за допълнителни бележки към анкетата има едно споделено мнение, че ангажираните консултанти и сътрудници за провеждането на обсъжданията са по проекти, реализирани със средства от оперативните програми. Изследването обаче не цели да разкрие какви точно са тези специалисти и с каква цел са наемани. Опасността от такъв тип усилие е свързана с прикриването и невъзможността за идентифициране на лоши практики, като например самоцелно наемане на приближени на управляващите лица или ангажирането на лидери на мнения, които трябва да изкривяват и насочат дискусиата в предварително определена посока.

16 общини (13,8%) са получавали съдействие от юридически лица с нестопанска цел или медии в посока повишаване информираността на обществото за самото обсъждане или темите, обект на обсъждането, и публичността на процеса като цяло. Отговорът тук включва няколко компонента. Първо, дава едно традиционно обяснение за ниската гражданска активност – гражданите не получават достатъчно информация чрез задължителните по закон информационни формати за обществените обсъждания и поради това не се включват пълноценно. На следващо място – самото гражданско общество влиза в една скала, между това че

не е достатъчно организирано и изобщо не съществува. Медиите предпочитат да заемат пасивна позиция, защото общините, от своя страна, за повечето обсъждания имат ангажимент да съобщи (да се разбира – да платят) поне на една местна медия. Доминиращата пазарна логика обяснява защо медиите не вършат нещо доброволно, когато може да им се плати за това.

Последните две опции имат по 8 отговора (6,9%) – служителите от администрацията са участвали в обученията за провеждане на обществени обсъждания, независимо от това, кой е финансирали обучението, както и включвали са се доброволци, работещи по собствена инициатива, включително преследващи собствена кауза в рамките на обсъждането. За обучението на служители, първата бележка е, че толкова са били възможностите на финансиращи програми и инициативи. Малко вероятно е, че общините биха извадили средства от собствените си бюджети за обучение, свързано с обществените обсъждания. Ако направим мост към един от отговорите на дванадесети въпрос, а именно, че трудност само за 3 общини (2,6%) е финансовото и кадрово обезпечаване на обсъжданията, се налага заключението, самите местни власти не допускат, че именно липсата на специфични знания и умения у служителите може да възпрепятства успеха на обществените обсъждания, следователно няма и голяма потребност от такова обучение.

Тълкуването на данните за доброволците категорично доказва една хипотеза, изложена в предната статия, по-конкретно, че местните и заинтересовани общности използват обществените обсъждания само когато другите комуникационни и лобистки канали, чрез които защитават своите права и интереси, не са работили в достатъчна степен. Всяко обществено обсъждане засяга множество индивидуални и групови интереси – дали когато се разпределят средствата в бюджета за текущи и капиталови разходи на общината, или се определя предназначението на територия и частна собственост чрез устройствените планове. Ако подготвяното решение не удовлетворява егоистичните интереси на един или група граждани, нормалното поведение предполага мобилизация за общественото обсъждане, като форум, където могат да се изложат допълнително аргументи, да се привлекат поддръжници и решението да се промени в желаната посока. Лип-

сата на подобна мобилизация показва, че гражданите са решили проблемите си и са получили отговори в предходни, подготвителни етапи и не изчакват етапа на обществено обсъждане. Малко вероятна, но заслужаваща да се спомене е ситуация, при която граждани/доброволци се мобилизират например за популяризиране на обсъждането, но това не е идентифицирано от общината.

Неочаквано висок се оказва дялът на общини, които популяризират допълнително, извън законовите изисквания, обществените обсъждания. Само 39 общини (33,9%) се ограничават до законовите изисквания, които включват публикуване на интернет страницата на общината, национални и местни средства за масово осведомяване/вестник. 55 общини (47,4%) използват други електронни медии и социални мрежи, за да разгласят общественото обсъждане, а 39 (33,6%) използват традиционни медии, плакати и съобщения. В 3 общини или 2,6% от анкетираните уведомявания или кампании се правят сред съответните професионални общности – синдикални, работодателски, браншови организации, а в 2 (1,7%) се комуникира допълнително с материално заинтересованите лица. Данните надвишават 100%, защото в 18 общини (15,5%) се използват два или повече допълнителни начина за популяризирането. Тази грижа за повече публичност и информираност пряко кореспондира с положителното разбиране за обществените обсъждания в общините от първия въпрос, но остава отворено за коментари защо не води до по-високи нива на активност, особено сред по-образованите и квалифицирани граждани.

Петият въпрос е за приблизителния брой граждани и представители на организации, които присъстват на обществените обсъждания в съответната община. В отговорите преобладава нагласа към осредняване – 32,8% от отговорите са за между 10 и 40 присъстващи, а 31% са, че броят варира от под 10 до над 40 в зависимост от темата. Твърдо под 10 човека присъстват в 18,1% от общините, докато над 40 човека е участието в 8,6% от общините. 9,5% от общините не правят списък на присъствалите граждани, което не е задължително, но показва немарливо отношение към воденето на протокол, респективно към самото обсъждане. За отбелязване е, че в някои малки общини като Пирдоп, Челопеч, Летница, Тополовград, Сливо поле, Елена, на обществените обсъждания присъстват над 40 човека, докато в голямата община Шумен

например като отговор е посочено между 10 и 40. Това показва, че броят на живущите в една община не е категорично определящ критерий за участието на гражданите в обсъжданията.

Как се процедира с постъпилите преди самото обсъждане предложения и становища е въпрос, насочен към подготовката на обсъждането и някои аспекти на равнопоставеността на участниците. В 41,4% от общините тези предложения и становища се разглеждат наравно с тези, направени и внесени на или след самото обсъждане. В 36,2% от случаите вносителите им се канят на обсъждането и/или предложенията и становищата се представят/изчитат на общественото обсъждане, а в 25% от общините тези предложения и становища се разглеждат към момента на постъпването им. В някои общини е даден повече от един отговор, като при осигурената възможност в свободен формат да се добавят и други коментари, единственият такъв е, че ще е добре да се въведат предварителни консултации преди публичното обсъждане. Анализът показва, че всеки от посочените отговори разкрива някои от възможните подходи към предварително внесените предложения, но не изчерпва възможностите и абсолютизирането му може да доведе до проблеми. Така например, ако тези предложения се разглеждат наравно с всички други, това крие два риска. Първо, ако вносителите им не участват лично в самата процедура, може да се окаже, че на обсъждането се оформя нова ситуация, и предшестващо предложение без свой адвокат може да бъде извън контекста на новото решение. Друга характеристика произлиза от времето на предложението – при предложение за разходване на публични средства в средата на бюджетната година, проблемът може да изисква бързо решение и това да наложи приоритизиране на въпросното предложение спрямо останалите. Тази хипотеза се покрива от отговора, че предложенията се разглеждат към момента на постъпването им. Подход обаче, който не е самодостатъчен от гледна точка на равнопоставеност – някои предложения могат да бъдат отхвърлени на много ранен етап от бюджетната или устройствената процедура, а на по-късен етап да се приемат не толкова ефективни, ефикасни и обществено приемливи решения поради липса на активно поддържани алтернативи. Не на последно място – поканата за вносителите и изчитането на предложението им на самото обсъждане изглеж-

да най-балансирано, но изисква допълнителни усилия от страна на организаторите, докато допуска, че инициаторите може да не участват лично и да се компрометира дискуссионният момент.

В 76,6% от случаите продължителността на общественото обсъждане не е обявена предварително и обсъждането продължава, докато има желаещи за изказване. 19,8% от отговорите отчитат по-висока степен на организираност и контрол върху провеждането, като предварително обявяват краен момент за обсъждането, но отново имат склонност да продължат докато има желаещи за изказване. С изразената готовност за участие в един хипотетично безкраен процес, намираме подкрепа за заявените в първия въпрос отношения към обсъжданията. В 3 случая (2,6%) са склонни при необходимост и голям интерес да продължат общественото обсъждане и през следващ ден – резонно допускане е, че вече са имали такива прецеденти. Само една община (0,9%) е посочила, че предпочита да се съобрази с предварително обявения час за край на дискусията, вместо с желанието на гражданите за повече разговори.

Осми въпрос цели да разбули каква роля изпълняват онази категория лица и служители, които са пряко свързани с управлението на общината, но нямат непосредствени ангажименти към подготовката на поставеното за обсъждане решение, като общински съветници, кметове на кметства, ръководители на предприятия и дружества с общинско участие. В 69,8% от общините те участват в обсъждането, като защитават и аргументират дискутираното проекторешение. Това е признак на високо ниво на съгласуваност сред официалните лица преди самото обсъждане или извънредно доверие, което се възлага на изготвящите проекта. През друга призма отговорът може да навежда на идеята за предварителни и задкулисни договорки, които са предрешили всичко, а обществеността се демотивира допълнително да не участва. Въпреки това, има наблюдения от няколко общини, че представителите на опозицията в общинските съвети, кметове на кметства или служители в дружества с общинско участие участват активно, като тази хипотеза е представена във втория възможен и най-предпочитан отговор – в 35,3% от общините длъжностни лица участват в дискусията, като правят предложения за допълнение и изменение на вече внесено проекторешение. Това е занижен спрямо оч-

аквания резултат, защото участниците в обсъжданията са заинтересована аудитория, пред която опозиционни съветници например могат да упражнят политическата си реторика.

„Използвате ли изградените по време на обществените обсъждания мрежи и контакти за други цели и задачи?“ е единият от двата въпроса, проверяващи позицията към социалния капитал в общините. 45,7% от отговорите са, че тези контакти се използват за информиране, убеждаване или търсене на съдействие от гражданите. Групирането на различни на пръв поглед задачи е продиктувано от чисто комуникационната полза, която общините могат да извлекат в бъдеще от едно добре проведено и посетено обсъждане. Втори най-предпочитан отговор с 40,5% е предложената в анкетата отворена опция „друго“, където под различни формулировки излиза, че общините не използват изградените мрежи и контакти за други цели. Този процент показва нежелание за разходване на натрупания социален капитал в името на общополезни цели или на неразбиране на някои измерения и функции на обществените обсъждания. Отказвам и да презумирам, че в общините не осъзнават важността и смисъла на социалния капитал. Респект отдаваме на 13,8% от общините, които са склонни да използват създадените мрежи и контакти при обществените обсъждания, за да подпомагат изпълнението на контролните функции в общината, 3,4 % биха ги използвали при затруднения със събирането на местни данъци и такси, а в 1 община (0,9%) при взаимодействие с етажната собственост. Ниските стойности за последния отговор се дължат на липсата на етажна собственост в много от малките общини. Интерес представлява, че нито един отговор не посочва предизборната кампания като ситуация, в която да се използват контакти от обществени обсъждания. Възможните коментари са няколко – голяма част от отговорите са от административни, а не от политически лица, които не участват в кампания; неправилно разчитане на конфигурацията като конфликт на интереси; самокритичност и липса на самоувереност относно провеждането на процедурата и удовлетвореността на участващите в обсъждането.

Обратната позиция – да се използват лични контакти за подпомагане на успешното провеждане на обществено обсъждане и колко често се прибегва до този подход проверява дали

длъжностните лица са склонни да инвестират от собствения си социален капитал в обществените обсъждания. В 56,9% от общините служителите не са и не биха използвали лични контакти. Ако изключим догадката с неправилното тълкуване и обвързването с конфликта на интереси, това са притеснителни данни, защото публичните служители е редно да използват социалните си контакти за справяне с предизвикателствата на общественото управление. Макар и да не е регламентирано законово, спестяването на усилия, неизползването на налични знания, умения и социален капитал е морално-етичен казус, който в най-добрия случай е слаба атестация за публичните служители. В 31% от случаите използването на социални контакти не се е налагало, но при необходимост участниците в анкетата са готови да ги използват. Макар това да е социално по-приемливо, остава въпросителната защо/дали служителите не са използвали мрежите си от познанства, за да преодолеят основния проблем с провеждането на обществени обсъждания (въпрос 12, с отговор – липса на мотивация и желание сред образованите и квалифицирани граждани за участие). 2,6% от анкетираните са отговорили, че за всяко обсъждане използват личните си контакти, 8,6% няколко пъти са разчитали на този похват, а в 0,9% само веднъж.

На единадесети въпрос „какво бихте променили в законодателството и процедурите, свързани с обществените обсъждания?“, категорично – 71,6% отговарят, че в зависимост от вида и сложността на поставения за обсъждане въпрос, трябва да се въведат различни видове/форми на обсъждания – допитване, професионални консултации, необвързващи дискусии, електронни форми на обсъждания и др. Мотивировка за такъв отговор може да се търси в желанието на общините да се облекчат някои процедури, понякога да се спести дискуссионния момент, да се разчита на нормативен стимул за участието на професионални и квалифицирани кръгове, допускаме и стремеж към електронизация и дигитализация. 12,9% от анкетираните отговарят, че обществените обсъждания трябва да са само по инициатива на гражданите, при наличие на заявен с подписка/местна гражданска инициатива от определен брой граждани интерес. Този отговор е подкрепен в онези общини, където има хроничен проблем с неучастието на по-значим брой граждани в обсъждането.

8,6% смятат, че процедурите по обявяването и провеждането на обсъжданията трябва да се регламентират само в общинските наредби. Тъй като и към момента няма нормативна пречка общините да доразвиват и обогатяват практиките и процедурите за обсъждания, подозрението тук е в посока, че общините предпочитат по някои от задължителните теми да няма изобщо или да бъде облекчен режимът за обявяване и провеждане. 2,6% от отговорите са, че кръгът от въпроси, по които се провеждат обсъждания, трябва да бъде разширен. За съжаление, не са посочени какви теми трябва задължително да бъдат подлагани на публични дискусии. Като допълнителни мнения от четири общини заявяват че няма нужда да се променя каквото и да било, включително и позицията, че и в момента няма ограничения на тематиката, видовете и формите на обсъждане.

Относно какви трудности срещат общините при провеждането на обществени обсъждания, 69,8% от отговорите са „липса на мотивация и желание сред образованите и квалифицираните граждани за участие“. Вече направихме допускането, че тази липса на желание и мотивация може да се дължи на проблеми при подготовката и комуникацията на обсъждането или нагласата сред обществеността, че решенията са предопределени. Независимо от това, апатията може да се дължи и на други, по-дълбоки причини, които в настоящото изследване няма как да уловим. 43,1% също са склонни да търсят основния проблем извън нормативната и организационна рамка, а в обществените измерения — недостатъчно подготвени и компетентни граждани, които участват в дискусиите. Тези данни могат да се обобщят и в заключението, че все още общинските органи и администрация смятат себе си за притежатели на някакви специфични знания, умения и информация, които не са достояние на широката публика и активистите. 5,2% разпознават като водеща трудност твърдото придържане към частните интереси и липса на толерантност, отстъпчивост и нагласа за компромис от страна на участващите. Едва 4,3% смятат, че нямат достатъчно време за пълноценна организация и проучване на предложенията и становищата, а 2,6% признават за проблеми с финансовото и кадрово обезпечаване на обсъжданията. В 2,7 % от общините нямат никакви проблеми.

При заявлението за достъп до обществена информация, петте отказа са с различна и любопитна мотивировка. В община Боярово няма назначен служител, който може да изготви справката, но предлагат да извършим собственоръчно проверката на място. От община Смолян правят дълга и обяснителна препратка към сайта на общината, където би трябвало да се съдържа голяма част от търсената информация, друга част от информацията не е обнародвана, и по тяхна интерпретация, ЗДОИ не регламентира отговори на поставени конкретни въпроси. Община Ботевград не е задължена с нормативен акт и не съхранява подобна информация в синтезиран вид, като гарантираното право на ДДОИ не вменява задължение спрямо задължените субекти да създават информация, единствено с цел да удовлетворят конкретно заявление. Подобен аргумент развиват и в Стара Загора – справка по посочените характеристики и информация не е изготвяна и такова задължение не следва от ЗДОИ. Искането за справка и анализ на информация по посочени от заявител критерии не обосновава задължение на общинската администрация за съставянето и съхраняването на информация в изисквания вид. В Община Костинброд пък не се поддържа регистър на обществените обсъждания и изискваната информация не се съхранява.

Заслужава си да изнесем отговора на община Ружинци (обл. Видин) пред останалите, тъй като в него се твърди, че в общината обществено обсъждане никога не е провеждано, следователно не могат да отговорят обстоятелствено. Дори и най-приемливото от законова гледна точка възможно тълкуване, че служителят, който е отговорил на заявлението няма нищо общо и не знае за провежданите обсъждания, представлява липса на каквато и да било координация между отделните звена и служители.

При отговорите на първия въпрос в заявлението за достъп до обществена информация „Има ли обжалвани административни актове, респективно заведени административни дела срещу актове на общината/общинския съвет, в които като мотив се използва пропуск в процедурата по провеждане на обществено обсъждане? Какъв е техният брой и какви пропуски са посочени в процедурата? Какви са решенията на по-горния административен орган или съда по подадените жалби?“ е настъпило сериозно объркване. Независимо че във въвеждащата част от заявлението

специално е посочено, че обществените консултации по смисъла на Закона за нормативните актове не следва да се приемат като обществени обсъждания, 20 общини посочват, че имат обжалвани подзаконовни актове – наредби и правилници, защото не са спазили някой детайл от изискуемата процедура по предварителното им обявяване. Вероятно и на други места нормативни актове не са влезли в сила поради подобни причини. Този резултат показва, че много от общините все още нямат точните рефлексии при подготовката на активности, включващи гражданско участие. В дилемата гражданските интереси да са значително по-добре интегрирани в местните бюджети и устройствените планове в сравнение с нормативните актове или граждани и юридическите лица да не познават и използват възможността да обжалват бюджет и устройствени планове заради дефицити при провеждането на обществено обсъждане, бихме заложили на второто. В два отговора се посочва, че няма конкретни данни по този въпрос, а 125 общини твърдят, че нямат обжалвани актове, в които като мотив се използва пропуск в процедурата по провежданите обсъждания. Само три общини – Пловдив, Благоевград и Сандански отговарят положително и точно на поставения въпрос. Община Пловдив обаче споделя, че не съхранява информация в поискания вид. При община Благоевград има няколко (неуточнен брой) обжалвания, като пропуските са свързани с неспазване на регламентиран в закона срок – неоповестяване на дадените в срока предложения от граждани и институции. Според дадения отговор причините за отхвърляне на акта са комплексни и не са свързани единствено с обществените обсъждания. В община Сандански има едно отменено решение, като пороците му са, че общественото обсъждане е проведено шест, а не седем дни след оповестяването му, както и че не е публикувана обява в един местен ежедневник, съдържаща датата, мястото, дневния ред и правилата за участие в публичното обсъждане, както и не са отправяни писмени покани за участие на заинтересовани страни – синдикати, бизнес организации, неправителствени организации и други лица.

Във втория въпрос от тази секция – „съществува ли регламентирана процедура или практика, която да гарантира баланса между материално заинтересовани и пряко незаинтересовани лица по въпросите на обществените обсъждания, в контекста на

силно мотивирания частен и слабо организиран обществен интерес?“ освен че се търси конкретика, се проявява заряд за философско-правни интерпретации. 19 общини предлагат по-задълбочени отговори, като обясняват цялостната процедура за обсъжданията, препращат към законови и подзаконови актове, опитват да предоставят гаранции за отчитането на обществения интерес в цялостното поведение на администрацията. Някои от по-интересните коментари са свързани с това, че участието в обсъжданията е доброволно и не съществува средство за административна принуда на гражданите да участват в обсъжданията, така че да застъпват обществения интерес, в някои случаи има съмнения доколко един представен за обществен интерес е легитимен и т.н. Все пак никъде не се съдържа ясно разписан механизъм за балансиране на частните и обществените интереси. В община Дупница има назначена комисия, която вероятно съвместно с други неща, трябва да следи и за баланса на интересите. От община Русе отговарят че този баланс се реализира по общия ред, каквото и да означава това. В две общини - Пирдоп и Кула, с едно изречение съобщават, че съществува такава процедура, без да изпадат в подробности. В Попово твърдят, че макар и субективно, за всяко обсъждане по специфичен начин се отчита балансът между индивидуални и обществени интереси. От Исперих пък споделят, че са правили анализи, но не са открили възможности за привличане на незаинтересовани страни в обсъжданията. Допускане, което можем да направим, е, че общо това са 17,1% от отговорилите и е делът от общини, който би могъл в бъдеще да търси някакъв механизъм за балансиране и отчитане на непредставените в обсъжданията интереси. Три общини изобщо не отговарят на този въпрос, докато 119 отговарят директно, че нямат разработена такава процедура.

„Как е регламентирана, какво включва и кой участва в процедурата по анализ на резултатите от обществените обсъждания?“ е следващата информация, която е искана от общините. Презумпцията е, че ако няма ясно регламентирана правила и участници в оценката на резултатите, най-вероятно общата удовлетвореност от самите резултати ще е ниска. В един подробен анализ на резултатите от обществените обсъждания биха могли да се открият както слаби сигнали, така и съществени пропуски в

цялостното управление в общините. 94 общини (64,4%) отговарят директно че нямат такава разработена процедура и/или обясняват защо не е необходимо това да се случва по някакъв специален ред. От 21 общини (14,3%) отговарят, че кмета и служители от администрацията/вътрешни експерти анализират резултатите. От Кайнарджа твърдят, че с анализа на резултатите се занимава юридическия екип на общината. 8,9% от отговорилите посочват, че с нарочна заповед на кмета се определя комисия, която има задължението да обработи и анализира постъпилите предложения. Три, сравнително малки общини (2%) – Върбица, Ивайловград и Пирдоп, споделят, че са ангажирали и външни експерти в анализа на резултатите и евентуално отново биха прибегнали до този подход. Практиката в 6 общини (4,1%) показва, че с анализа на резултатите от обсъжданията се ангажира предимно общинския съвет – ръководството на съвета или специална комисия от съветници. Изводът, който се налага от отговорите на този въпрос, е, че резултатите от обсъжданията преобладаващо не се анализират задълбочено, а там където се обръща внимание на този етап, се разчита на разнообразни, несистематизирани подходи.

В контекста на предходния въпрос е и следващия – Колко от предложенията, направени по време на обществено обсъждане, са приети от администрацията и са довели до промяна на предложението за решение, преди внасянето му за гласуване в общинския съвет? Колко промени, идентични или близки до предложения, представени по време на общественото обсъждане, са направени по време на заседанието на общинския съвет, на което е прието съответното решение? В цялата си практика 49 общини (33,5%) нито веднъж не са получили предложение, което да е довело до промяна на внесените проекти за обсъждане, респективно във взетото решение. 28 отговарят (19,2%), че нямат данни за това, дали и колко идеи на граждани са приети и отразени в официалните решения. Разбира се, тези отговори можем да ги отнесем към категорията „не желая да свърша работата“, защото тази информация трябва да се съхранява, просто общаването ѝ изисква някакви усилия, които служителите не са склонни да положат. 26 отговора (17,8%) са в посока, че са приемани предложения, като броят им не е уточнен – вариантите са от „всички са взети под внимание“, „повечето“, „преобладаващо“,

„всички аргументирани“, „всички законосъобразни и целесъобразни“, през „две-три предложения при приемането на ОУП“ до „незначителен брой“. В тази група е и отговорът на община Кресна, откъдето пишат, че са приемали предложения на обсъждания, но само на кметове на населени места. В Чирпан, Куклен и Девня (2%) имат случаи, когато предложения от обществените обсъждания не са включвани в доклада до общинския съвет, но по време на самото заседание тези становища са подкрепени от общински съветници и са отразени в окончателното решение. В Мездра пък имат практиката, предложенията от обсъжданията да ги представят в отделен доклад, който се разглежда от общинския съвет. От пет общини (3,4%) получаваме обработена информация – в Медковец оценяват приетите предложения на 20% от всички направени, в Павел баня и Годеч твърдят, че 50% от предложенията, се приемат, а в Драгоман – 95%, от всички предложения са приети, докато в Суворово около 50 % от предложенията свързани с бюджета се приемат, при други обсъждания нямат приети на обсъждания предложения. 19 други общини (13%) дават конкретна информация за броя на направените предложения и/или броя на приетите. Диапазонът на отговорите е от 1 прието предложение (Раднево, Искър, Ново село, Созопол), 2 (Долни чифлик, Лозница, Лъки, Ракитово), 3 (Стралджа, Казанлък, Завет, Родопи), 4 приети предложения в Пирдоп, 6 приети от 6 предложения в Чавдар, 14 приети от 22 предложения в Разград и 16 от 57 за последните 5 години в Костенец. В община Септември отчитат, че за последните 5 години имат 12 предложения, но не могат да предложат обобщена справка колко от тях са приети. В някакъв смисъл може да го приемем като разочароващо, само 15% от всички общини да изразяват готовност да предоставят изчерпателна информация и това би поставило под съмнение опита да се направи кръстосан анализ с данните от другите питания. От Хисаря дават любопитен пример за променено на обществено обсъждане решение – в обсъждане на бюджета, по настояване на граждани и кметове на населени места е осигурена ½ щатна бройка във всяко населено място за дейности по поддържане и чистота. От Полски Тръмбеш споделят нестандартния си подход проектът и отчетът на бюджета да се обсъждат в различни дни, като за организацията и провеждането отговарят раз-

лични звена в общинската администрация и дават изчерпателна сводка за броя присъствали на всяко обсъждане и направените предложения. Отбелязват обаче и факта, че нямат приети предложения, а по време на дискусиите преобладават въпросите и информативния характер на обсъждането.

Последните два въпроса трябва да разкрият извън задължителните обсъждания на бюджета, общинския дълг и устройствените процедури, какво друго се обсъжда от гражданите и общините. „По кои проекти на общината, финансирани със средства от оперативните програми, са провеждани обществени обсъждания и на кой етап от процедурата по кандидатстване и реализация на проекта е проведено общественото обсъждане“ е едната посока, в която гледаме за данни. 63 общини (43,2%) не са провеждали обсъждания по проекти, финансирани от оперативните програми. На първо място тук има контролна функция спрямо достоверността на подадената информация. Средни и големи общини като Тутракан, Козлодуй, Карнобат, Чирпан, Шумен, Сливен, Варна са посочили, че нямат обсъждания по проекти, но те са задължени при приемането им да обсъждат с обществеността Интегрираните си планове за градско възстановяване и развитие. Тъй като тези планове са приети, хипотезите са или наистина да не са проведени обсъждания, което е нарушение на цялостната процедура и показва пренебрежително отношение към обсъжданията, или подадените отговори са изготвени прибързано, небрежно, без придържане към истината. Това подлага на съмнение и отговорите на други въпроси от тези общини. 31 отговора (21,2%) потвърждават, че са провеждани дискусии с обществеността по проекти, без да дават подробности за това. Думите, с които се описва това, са „когато има изискване за това“, „проектите са обсъдени в Общинския план за развитие, когато той е приеман“, „всички проекти са обсъждани, тъй като средствата минават през общинския бюджет“. Все пак всички останали – 52 общини (35,6%) дават подробен, до изчерпателен отговор за проектите, по които са провели обсъждания. Най-често споменавани обсъждания при проекти са при изготвяне и приемане на вече споменатите Интегрирани планове за градско възстановяване и развитие по Оперативна програма Регионално развитие 2007-2013 и ОП Региони в растеж 2014-2020, ревитализация на пространства или изграждане на зелена и

достъпна градска среда, Енергийна ефективност на многофамилни жилищни сгради по ОП Региони в растеж, прилагане на подхода Водено от общностите местно развитие и сформирани и изработване стратегии на местни инициативни групи по Програма за развитие на селските райони, проекти за изработване на общински план за развитие, въвеждане на правила за мониторинг и контрол на политики, оптимизиране на администрацията и др. по Оперативна програма Административен капацитет, изграждане на социални жилища или разработване на нови социални услуги по Оперативна програма Развитие на човешките ресурси, изграждане на системи за управление на отпадъците по Оперативна програма Околна среда и т.н. Като специфичен казус извеждаме община Якимово, където по два проекта са пуснати обявления за обществени обсъждания, но никой не е присъствал на въпросните обсъждания. Този пример е показателен за наличието и по-скоро липсата на мотивация на общините за организиране на обществени обсъждания по избрани въпроси.

Относно етапа от проекта, на който е проведена дискусията, служителите в община Сандански предлагат полезен коментар. Според тях всички обсъждания трябва да се случват след подписването на договорите за безвъзмездна финансова помощ, във фазата на изпълнение на проекта, поради две причини. Първо, проектните предложения на отделните кандидати се състезават помежду си на конкурентен принцип. Добрите и иновативни проектни идеи обаче могат да станат достояние на конкурентни организации (други общини, НПО), ако се представят пред широка публика в начален момент и могат да бъдат взаимствани и „откраднати“. Друга причина е, че много често има сериозни времеви ограничения – от публикуване на поканата за кандидатстване до крайния срок за подаване на предложенията няма време да се покани и запознае обществеността, да се съберат и анализират предложения и т.н. На други места обаче не изразяват подобни съображения. В община Казанлък например, от 9 проекта, по които са проведени обсъждания, 5 са преди кандидатстването, което е обусловено от специфичните цели – запознаване на хората с идеята и събиране на мнения и предложения дали и как проектът може да се подобри. От Горна Малина превеждат съображения, че първото задължително обществено обсъждане

по такива проекти се прави на етап кандидатстване за „авансово плащане“, защото е необходимо обезпечаването на исканата сума пред финансиращия орган – при общините това се прави с издаването на Запис на заповед в полза на друго лице. Следващият етап, по който задължително се прави обществено обсъждане, касае проекти, които изискват процентно съфинансиране от страна на общината. Необходимостта идва от факта, че трябва да се докаже осигуряването на необходимите средства, т.е. евентуално преразпределяне на средства.

От антропологична гледна точка най-голям интерес събужда последния, шести въпрос – по какви въпроси са провеждани обществени обсъждания – по собствена инициатива (извън задължителните по закон и по оперативните програми) или по инициатива на гражданите? 85 или 58,2% от респондентите посочват, че никога не са провеждали обсъждания извън задължителните по закон или проект. Някои от бележките поясняват, че много от регулярните и/или извънредни срещи на ръководството на общината с местни общности, жители на квартали или населени места придобиват характер на обществени обсъждания. Останалите 41,8% са провеждали обсъждания по собствена или гражданска инициатива. Разбивка колко от тези обсъждания са стартирани от органите и администрацията и колко са по искане и настояване на гражданите, не може да се направи, защото такова прецизиране имаме едва в няколко отговора. Богатството от теми, които са разглеждани на тези обсъждания обаче може да породи творчески пориви на много изследователи. Дори общини, които на другите въпроси отговарят крайно лаконично, тук изпадат в детайли. Един от най-впечатляващите отговори е на община Сливен, където като част от разискванията по приемането на Общ устройствен план, голям и независим дебат се е провел за селските казани за ракия – как да се идентифицират, трябва ли да се обособят в отделна устройствена зона, каква да бъде тази зона – производствена, обществено обслужване или друго. В Кресна са дискутирали каква да бъде цената на водата. В Трявна е обсъждано създаването на етнографски комплекс. Тема в Любимец е била райониране на града за прием в детски градини и училища. В Стамболово активността е засягала военни паметници, сметосъбиране, ремонт на улици. Троянчани са коментирали публично програмата за упра-

вление на общината, подмяна на растителност, генерален план за организация на движението, създаването и функциите на квартални съвети. В Ловеч са обсъждани една част от общинските стратегии и планове как да се организира пазарен ден, удостоверяването със звания, за какви цели да се използва голям, бивш казармен терен. В Септември са разисквали как да превърнат общината в желана туристическа дестинация, преминаване на села от община Септември към община Пазарджик, какво да бъде бъдещето на футболния отбор на гр. Септември. Гражданите на Велинград са участвали в диспут за визията на езерото Клептуза и инвестиционно намерение за разработване на мина за волфрам. Червен бряг организира обсъждане на Общинския план за развитие и промяна – реконструкция на общинския пазар. В Плевен проблеми са били бездомните кучета, спортната база, състоянието на Панорама „Плевенска епопея“. Пловдивчани са обсъждали организацията на движението, както и благоустройство, укрепване и социализация на коритото на река Марица. В Първомай гражданите са повдигнали въпроса за достъпност, състояние на подлезите и преминаването през жп линията. В Русе е обсъждана транспортната схема на общината. В Челопеч – създаването на развлекателен комплекс, оценка на въздействието върху околната среда на Челопеч Майнинг, обособяване и ремонт на площад, пешеходни зони и паркове, ОВОС на Елаците-мед, строителство на детска градина. В Мадан темите са транспортната схема и промяна на цени на услуги от общински спортен център. От Годеч примерите са за оптимизация на училищната мрежа и режима на ползване на спортния комплекс от местните спортни клубове. Самоков е дискутирал размера на местните данъци и такси, задания и конкурси за подробни устройствени планове на местностите Златния триъгълник, Плана Хайтс, нов център на Боровец. В Алфатар имаме реновиране и благоустройство на паметник на загиналите във войните алфатарци и изграждане на фотоволтаична система в общината. В Чирпан обсъжданията са за продажба на общински имот с обществено предназначение, както и за отварянето на кабинет за спешна помощ и финансирането му. В Казанлък дискусиата е била за градски културно-информационен център на открито Севт 3-ти, а в Раднево – план за управление на натура зона – яз. Овчарица. В Търговище темата отново е за генерален план за организа-

ция на движението и план схема за транспортно-комуникационна мрежа, но също и Система от правила и критерии за приемане на ученици в първи клас в общинските училища. Във Враца са дискутирани стратегия за развитие на градския транспорт и ефективност на предоставяните социални услуги. Мизия е провела диспути за промяна на предназначението на имоти за озеленяване в газостанция, правила за ползване на общинските мери и пасища, разширение на гробищен парк, промяна на предназначението на имот за пречиствателна станция, изграждане на пречиствателна станция и ВиК мрежа. В Елена повдигнатите въпроси са за културния и спортен календар и план за развитие на социалните услуги в общината, а във Велико Търново – концепция за развитие на стария град, план-схема за далекосъобщителни мрежи и съоръжения, Национална стратегия за детето 07-17, създаването на регионално депо за неопасни отпадъци, ОВОС на инвестиционно предложение за доизграждане на АМ Хемус, ОВОС и ДОСВ за изграждане на АМ Русе – В. Търново, и изработването на наредба за насърчаване на инвестициите с общинско значение и издаване на сертификати клас В. В Златарица е обсъждан културният календар и предоставянето на социални услуги, в Марица – изграждането на биоцентра в с. Труд, а в Приморско – инвестиционно намерение за изграждане на ферма за бяла мида. Дискусиите в Сандански засягат корекция на река, продажба на сграда – здравно заведение, частна общинска собственост. В Ново село (обл. Видин) общоселските събрания, кандидатстването пред ПУДООС по кампании, размера на местните данъци и такси, сметосъбирането и сметоизвозването са минавали през или като обществени обсъждания. В Горна Оряховица реконструкция на общински пазар и премахване на брези от улица са били коментирани организирано с граждани. Хората от Лясковец са се произнесли за закриване на начално училище, а тези от Полски Тръмбеш по доклада за оценка на въздействието върху околната среда с всички приложения към него на инвестиционно предложение за „Автомобилна магистрала „Русе – Велико Търново“. В Стрелча годишните отчети на кмета на общината са обсъждани, както и „екологични въпроси“. В Пирдоп са дискутирали план за организация на движението, сметосъбиране, сметоизвозване, разделното събиране на отпадъци. В Попово темите са били доизграждане на АМ Хемус, оптимизира-

не на системата на предучилищното образование, уточняване на място за поставяне на паметник. В Мездра е обсъждано изграждане на открита спортна площадка, а в Твърдица – възможностите за развитие на бизнеса, както и отчет за дейността на кмета. Тези въпроси покриват много от отговорностите на общините и изразяват готовността на местните власти да дебатират с гражданите си всичко. До каква степен обаче тази готовност ще се превърне в успешна практика зависи от политическите цели на общинското ръководство, осъзнатите интереси на местната общност и правилната пропорция между тях.

Заклучение

Емпиричното изследване на дейностите, свързани с обществените обсъждания в общините разкрива, че това е все още не добре познат и рядко използван инструмент. Местните власти отчитат важната му роля за подобряване на комуникацията и легитимността на решенията на местно ниво, но когато тази роля трябва да се операционализира до конкретни цели и задачи, общините имат сериозен проблем. Една от детерминантите на проблема е липсата на достатъчно външна подкрепа и натиск – както от страна на националното ниво на управление чрез финансиращи и обучителни програми, така и от неправителствения сектор и местните активисти. Самите граждани проявяват интерес към обсъжданията, но има препятствия, които демотивират квалифицирани и отговорни професионалисти и лидери на мнения да участват в дискусиите, въпреки усилията самите дискусии да бъдат популяризирани допълнително и готовността на администрацията да осигури допълнително време за коментари. Вероятно, елемент от тези препятствия е липсата на подробен, ясен и завършен регламент за провеждането на обсъжданията и отчитането на резултатите. В общините има сериозно разделение по въпроса дали обществените обсъждания могат да се използват за генериране и разходване на социален капитал, като това неразбиране и предпазливост също възпрепятстват положителните ефекти от гражданското участие. И накрая – няма теми табу за обществените обсъждания, което дава основание да смятаме, че обществените обсъждания все повече ще намират своето място сред практиките за вземане на решение и гражданско участие на местно ниво.

ЛИТЕРАТУРА

1. Заповед на министъра на финансите № ЗМФ-1472/29.11.2011г. относно нормативи за разходите при предоставяне на обществена информация по Закона за достъп до обществена информация.

2. Закон за достъп до обществена информация, последно изм. ДВ. бр.17 от 26 февруари 2019 г.

3. Стефанов, А. Анализ на потребностите от информация за провежданите обществени обсъждания в България на местно ниво, НБУ, Годишник на ДПА, 2018 г.

4. Сайтове и нормативна уредба на общини в Република България.

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Ангел Стефанов е завършил Публична администрация и е защитил докторска степен по Политология от УНСС. За два последователни мандата е избран за обществен посредник (омбудсман) на Столична община. Преподава в НБУ курсове като Съвременни политически системи, Публични политики, Практики в местното самоуправление, Управление на промяната и др.

УСТОЙЧИВО УПРАВЛЕНИЕ НА ПОЧВЕНИТЕ РЕСУРСИ В БЪЛГАРИЯ - СТРАТЕГИИ, ПРИНЦИПИ И ТЕНДЕНЦИИ

Ботьо Захарин

Нов български университет

Анотация: В днешния свят на повсеместна екологична заплаха, глобално замърсяване и повсеместно изчерпване на природните ресурси, особено внимание заслужава проблемът за изучаването и устойчивото управление на почвите като природен ресурс и капитал с цел защита от химическо замърсяване с аерозолни вещества, киселини и основи, от ерозия, засоляване и заблатяване, защита и регулиране развитието и обогатяването на почвените биоценози. В статията се разглеждат и анализират данни по ключови проблеми за устойчивото ползване на почвения ресурс на страната. Отделено е съществено внимание на организацията на мониторинга на почвите като ключов въпрос по отношение изясняването на риска от замърсяване с тежки метали, пестициди, ветрова и водна ерозия, засоляване и вкисляване, уплътняване и запечатване на почвите.

Ключови думи: устойчиво управление, почвен ресурс, мониторинг на почвите, тежки метали, пестициди, киселини, основи, соли, ветрова ерозия, водна ерозия.

SUSTAINABLE MANAGEMENT OF SOIL RESOURCES IN BULGARIA - STRATEGIES, PRINCIPLES AND TRENDS

Botyo Zaharinov
New Bulgarian University

Abstract: *In today's world of widespread environmental threat, global pollution and widespread depletion of natural resources, the issue of studying and sustainable soil management as a natural resource and capital to protect against chemical pollution by aerosols, acids and alkalis, the erosion, salinization, sedimentation, protection and regulation of the development and enrichment of soil biocenoses, deserves special attention.*

The article examines and analyzes data on key issues for the sustainable use of the country's soil resource. Particular attention has been paid to the organization of soil monitoring, as a key issue in clarifying the risk of heavy metals, pesticides, wind and water erosion, salinization and acidification, soil compaction and sealing.

Key words: *sustainable management, soil resource, soil monitoring, heavy metals, pesticides, acids, alkalis, salts, wind erosion, water erosion.*

Почвите в България като цяло са в добро екологично състояние както по отношение на запасеност с биогенни елементи / органични вещества/, така и по отношение замърсяване с тежки метали и металоиди. Няма регистрирани почвени замърсявания с устойчиви органични замърсители.

В днешния свят на повсеместна екологична заплаха, глобално замърсяване и повсеместно изчерпване на природните ресурси, особено внимание заслужава проблемът за изучаването и устойчивото управление на почвите като природен ресурс и капитал с цел защита от химическо замърсяване с аерозолни вещества, киселини и основи, от ерозия, засоляване и заблацияване, защита и регулиране развитието и обогатяването на почвените биоценози.

Опазването на почвите изисква комплексен подход и последователни действия. Уврежданията на почвите са в резултат на неустойчиви, вредни за околната среда, производствени практики във всички сектори на икономиката. За предотвратяване на тези процеси е необходима последователна политика, подходяща нормативна база и значителен финансов ресурс (стимулиращ/поощряващ).

Съществена стъпка в тази посока е разработена още през 2004 г. и утвърдена от Министъра на околната среда и водите – Комплексна програма за почвен мониторинг. Програмата е организирана на три нива и изцяло е съобразена с изискванията на Европейската комисия /ЕК/ и Европейската агенция по околна среда /ЕАОС/, с добрите практики в редица европейски страни, както и с изискванията на националното законодателство в областта на почвите, прието през 2007-2009 г. (Закон за почвите и Наредба за мониторинг на почвите). Програмата за мониторинг включва три нива:

1. Наблюденията по 1-во ниво (широкомащабен мониторинг) се извършват в равномерна мрежа 16x16 км, в 407 пункта, и предоставят данни за оценка състоянието на почвите по девет показателя – тежки метали, общ азот, фосфор, органичен въглерод, активна реакция на почвата (рН), нитратен азот, общ въглерод и устойчиви органични замърсители. Периодът, в който се извършват наблюденията, е 5 години.

2. Наблюденията по 2-ро ниво са ориентирани към регионални проявления на деградационни процеси – вкисляване (54 полигона) и засоляване (на 12 полигона). Процеси на ерозия – водоплощна и ветрова, се наблюдават чрез специално разработени математически модели за оценка и прогноза. Почвеното уплътняване и запечатване се оценява на база статистически данни на земното покритие.

3. Наблюденията по 3-то ниво се идентифицират с т.н. локални почвени замърсявания, в рамките на които следва да се извършва инвентаризация на площи със замърсена почва. Инвентаризацията като метод е все още частична и на база налични данни. Периодичността е различна в зависимост от наблюденията. Изпитванията на почвените проби се извършва в 15-те акредитирани регионални лаборатории на Изпълнителната агенция по околна среда /ИАОС/.

Оценка на състоянието на почвите [1] се извършва съгласно изискванията на Националната система за мониторинг на почви, въз основа на мрежа 16x16 км, в която се извършват проучвания в 407 пункта, чрез наблюдения на набор от показатели – тежки метали, устойчиви органични замърсители, въглерод, азот и фосфор. Анализът на данните от последния публикуван петгодишен период /2009-2014 г./ по показатели позволява да се извърши реална оценка на състоянието на почвите. Стойностите на медианата са изцяло над приетите стойности за средна запасеност и под регламентираните максимално допустими концентрации. Регистрирани са превишения на максимално допустими концентрации в едва 5.98% от общия брой пунктове (24). Няма превишения на Пределно допустимата концентрация /ПДК/с живак.

Статистическа стойност	Органичен С g/kg		Общ N g/kg		Общ P g/kg	
	1	2	1	2	1	2
Повърхностен слой						
Брой	284	113	282	113	284	118
Минимална	0.5	5.92	0.39	0.5	280.67	230.67
Максимална	49.55	88	4.53	9.9	2638.68	4491.84
Средна	17.08	23.36	1.69	2.33	854.11	821.53
Подповърхностен слой						
Брой	284	112	282	112	284	118
Минимална	2.5	5.1	0.29	0.47	241.67	266.58
Максимална	42.6	65.6	4.07	9.18	2560.30	4059.07
Средна	15.6	19	1.56	1.96	832.9	780.78
Средна запасимост	10-15		1.33-1.95		553-924	

Статистическа стойност	Cu g/kg		Zn g/kg		Cd g/kg	
	1	2	1	2	1	2
Повърхностен слой						
Брой	284	118	284	118	284	118
Минимална	2.64	3.81	1.6	1.26	0.03	0.02
Максимална	281.	95.64	161.3	156.9	1.35	4.98
Средна	34.82	28.4	69.08	70.13	0.21	0.29
Подповърхностен слой						
Брой	284	118	284	118	284	118
Минимална	2.66	3.43	1.57	1.26	0.04	0.03
Максимална	186.3	101.2	139	163.4	1.58	6.17
Средна	33.04	27.86	67.86	70.11	0.2	0.26

Статистическа стойност	Ni g/kg		Cr g/kg		As g/kg		Hg g/kg	
	1	2	1	2	1	2	1	2
Повърхностен слой								
Брой	284	118	284	118	284	118	255	104
Минимална	2	1.65	5.87	1.61	0.42	0.43	0.01	0.01
Максимална	212.5	263.8	225.9	373.8	40.8	51.4	0.97	0.67
Средна	37.12	33.95	56.07	56.85	7.51	7.56	0.14	0.15
Подповърхностен слой								
Брой	284	118	284	118	284	118		
Минимална	2	1.55	5.57	0.88	0.43	0.34		
Максимална	224.7	267.4	222.2	378.7	39.2	70.03		
Средна	37.45	34.87	56.46	57.77	7.34	7.52		

2.74% от замерванията в пунктовете [2] с регистрирани стойности над ПДК попадат в територията на обработваеми земи, а останалите 3.24% се намират на постоянно затревени терени. В някои пунктове са регистрирани превишения на ПДК на повече от един елемент. Провежданият контрол при използване на продукти за растителна защита, включително и по отношение на реда за одобряване на нови продукти, е нормативно регулиран и на този етап употребата на пестициди не представлява източник на трайни замърсявания на почвите.

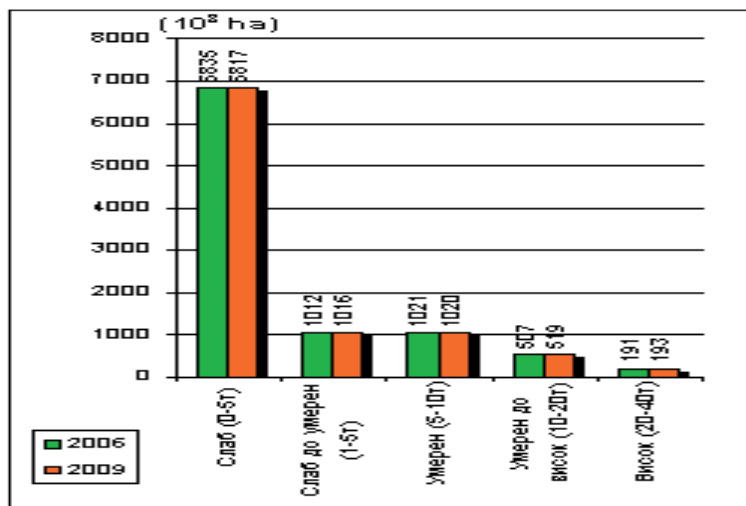
Ерозия на почвата

Проследявайки ерозионните процеси за последните години, се наблюдава слаба тенденция към ограничаване на процеса, особено по отношение на средногодишните почвени загуби.

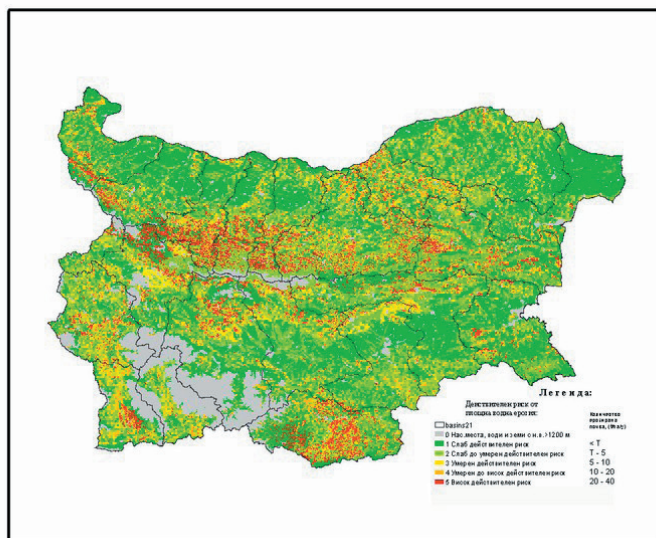
По данни на МОСВ [3] водоплощната ерозия засяга над 60% от земеделските земи, в различна степен на проявление, като оценката на средногодишната ерозия възлиза на около 55 млн. т. През 2014 г. се наблюдава леко повишение на площното разпространение, но пък средногодишните почвени загуби намаляват с 11% в сравнение с 2009 г. Най-широко разпространение на процеса е установено за общините в областите: Ловеч, Габрово,

Кърджали, Благоевград и Сливен, където са засечени до 40% от общите площи за страната. Най-силно са ерозиран водосборите на реките Арда, долна Струма, Искър и Тополница, на водните течения по южните склонове на Стара планина и Средна гора.

Разпределение на площите по степен на действителен ерозионен риск:

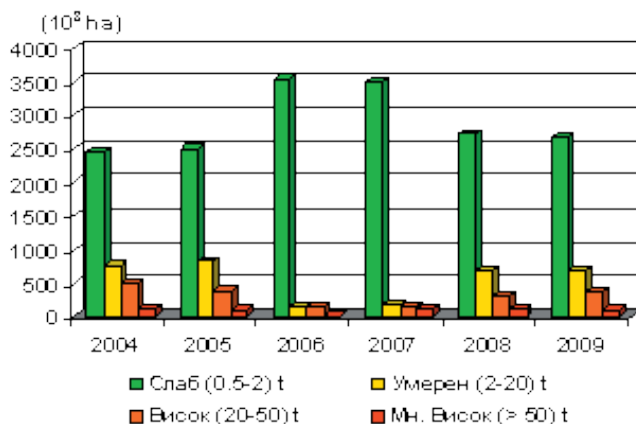


Разпределение на действителния риск от водоплъзна ерозия по степен на риск за България:



Един от основните деградационни процеси на почвата е ветровата ерозия. В резултат от нея става отвяване и насипване на почвените частици и растителни остатъци под въздействието на силни (над 10 м/с) ветрове. През последните години в световен мащаб тенденциите са към слабо нарастване интензивността на ветровата ерозия, като главна причина за това се изтъква увеличената честота на: силните ветрове, засушаванията и нецелесъобразната система на земеделие. През 2014 г. 34% от обработваемите земи в България са засегнати от ветрова ерозия [3], но се наблюдава тенденция към леко намаляване на засегнатите площи.

Разпределение на площите, засегнати от ветрова ерозия по степен на ерозионен риск:



От диаграмата се налага изводът, че през анализирания период намаляват площите, засегнати от слаб и много висок риск, за сметка на тези с висок и умерен.

Най-засегнати от проявата на ветрова ерозия [2] в периода след 2009 г. /2010-2015 г./ са земеделските територии в областите: Добрич (74%), Русе (59%) и Ямбол (57%), следват Варна (44%), Бургас (31%) и София-град (26%).

Вкисляване на почвите

Вкисляването на почвите се дължи на емисии от промишлени процеси, природни биохимични цикли, а за обработваемите площи - и от едностранчивото (без фосфор и калий) торене с азотни торове [5], което е основен фактор за вкисляване на почвите в България. Успоредно с процеса на вкисляване се променя

подвижността и достъпността на редица почвени елементи, които оказват пряко или косвено влияние върху системата почва-растение-човек. По данни на МОСВ делът на почвите с кисела реакция към 2017 г. е около 11% от обработваемата земя [3], или 1 500 000 ха. От тях 500 000 ха земеделски земи са с киселинност, токсична за повечето земеделски култури. При наблюденията, извършени в периода на прилагане на мониторинг по вкисляване на почвите 2009-2016 г., се очертават следните тенденции:

1. Установяване на киселинно-алкално равновесие при не-обработваемите терени, свързано с измененията на показателите, характеризиращи вредна почвена киселинност до стойности, определящи по-слаба степен на вкисляване на първоначално установената.

2. Установяване на активизиране на ерозионните процеси в райони с развит процес на вкисляване на изоставени и необработваеми терени.

3. Развитие на процеса на вкисляване при обработваеми почви, определено главно от интензивността на използване на хидролитично кисели азотни торове.

Засоляване и алкализация на почвите

Степента на развитие на процесите на засоляване се определят от климатичните, хидроложките и стопанските условия. Голяма част от засолените почви представляват главно изоставени земеделски ниви, и не се обработват поради намаленото плодородие. Включването им в обработваемия фонд на страната е възможно след корекция на съществуващите дренажни системи, съобразени с конкретните условия на всеки обект [6].

Засоляването на почвите е процес, при който се увеличава съдържанието на водоразтворими соли и/или обменен натрий в почвите в количества, влияещи негативно на техните свойства, респективно на продуктивния им потенциал [6]. В България са регистрирани около 35 000 ха обработваеми площи, засегнати от процесите на засоляване, като около 252 ха са засолени с нормална сода и хлориди [3]. Процесите засягат главно областите: Бургас, Варна, Велико Търново, Плевен, Пловдив, Сливен, Стара Загора, Ямбол.

Извършените мониторингови наблюдения по засоляване на почвите в периода 2009-2017 г. очертават следните зависимости:

1. При по-високи от нормалните количества на падналите валежи се регистрира промиване на водоразтворимите соли в дълбочина на почвата. Процесите на разсоляване се установяват трайно при ефективно действие на съществуващите дренажни системи.

2. В районите с наличие на соли в почвения разтвор се отбелязва увеличаване на стойностите на почвената реакция в резултат на протекъл разсолитен процес.

3. Съдържанието на обменен натрий не се променя съществено.

Уплътняване на почвата

Уплътняването на почвите е процес, засягащ основно земеделските земи. Главната причина за появата му е неправилна обработка, а именно използване на тежки селскостопански машини при висока влажност на почвите [6]. Европейската стратегия за опазване на почвите включва този процес в списъка си като реална заплаха. Поради липса на статистически данни в България на този етап е много трудно да се предоставят точни данни за обхвата на процеса на уплътняване на почвите.

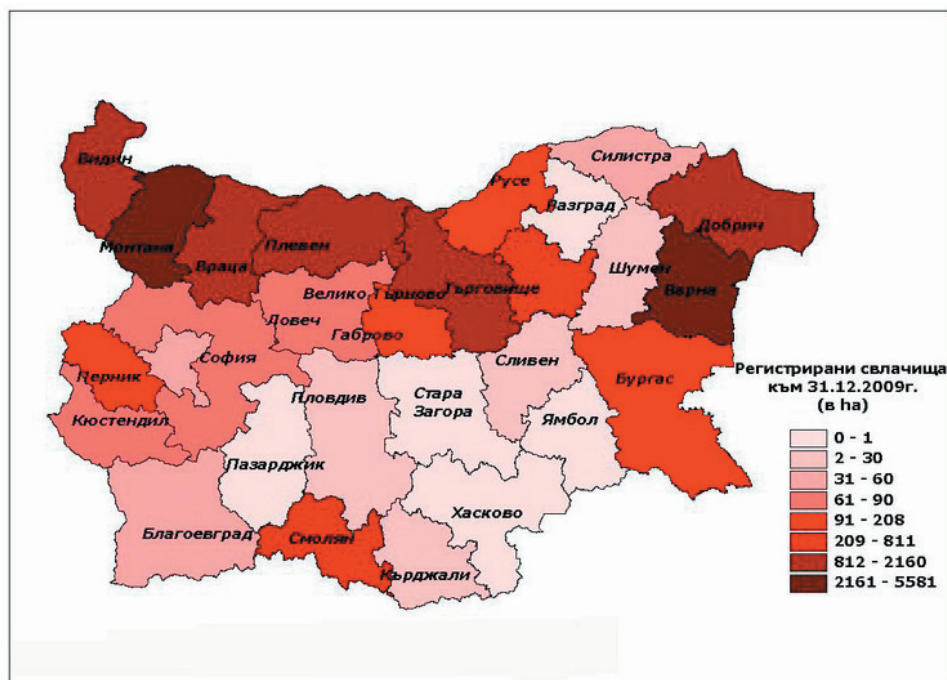
Запечатване на почвите

Почвеното запечатване през последните години се оценява като съществена глобална заплаха за унищожаването на почвите. Това са почви, използвани и трайно застроени за селищно изграждане, промишлено и инфраструктурно строителство, търговски и транспортни участъци, пътна и железопътна мрежа и други [6]. Към 2010 г. в България те представляват около 5% от общата територия, но има райони, където тези проценти са значително по-високи [3]. Най-засегнати са крайбрежните райони и курортните селища, където строителството бележи най-висок ръст. Очаква се през следващите години процесът да е още по-силно изразен поради планираните инфраструктурни проекти.

Свлачища и абразионни процеси

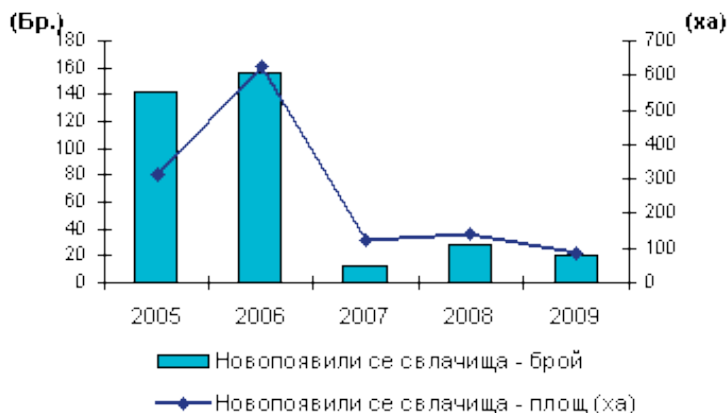
Свлачищата нанасят щети върху инженерната инфраструктура и облика на територията във всички области на страната. Проявата им се дължи на природни фактори като: геоложки строеж на района, движения по разломи, земетресения, колеба-

ния в нивата на подземните води, както и на техногенни фактори (въздействия в резултат на човешка дейност – извършване на дълбоки изкопи, прокарване на пътища, добив на полезни изкопаеми, претоварване на горната част на терена от насипи или ново строителство) [6]. За периода 2000-2010 г. в страната са регистрирани около 1553 свлачища на обща площ от 20 559 ха. Установената дължина на абразионния бряг е 221.8 км [2]. Свлачищните райони са преди всичко в населените места и по-малко в общинската пътна мрежа. През 2017 г. са регистрирани 23 новопроявени свлачища с обща площ около 83.5 ха. Най-много нови свлачища са регистрирани в област Кюстендил – 3 броя с обща площ 0.4 ха, а София-град е областта с най-голям дял засегната от свлачищни процеси територия – 3.5 ха.



За периода 2005-2010 г. тенденцията е увеличаване на свлачищните процеси, като проявата на свлачищната активност е през пролетния сезон след снеготопене и интензивни валежи. Към 2010 г. данните сочат, че площите и общият им брой, засегнати от свлачищата, в сравнение с предходните години е по-малък.

Предприетите мерки за намаляване на щетите от свлачищата са насочени към:



1. Намаляване на икономическите загуби в урбанизираните територии, транспорта и туризма чрез ликвидиране последиците от свлачищните и абразионни процеси.

2. Въстановяване и подобряване на екологичното равновесие в нарушените територии.

Заклучение

Понастоящем липсват адекватни мерки на общностно ниво за опазване на почвите. В същото време е характерно, че голяма част са „частна“ собственост и/или наети под аренда, като уменията и знанията на всеки един са различни и крайно недостатъчни за тяхното опазване и съхранение за следващите поколения. Това е основната причина, поради която предприетите мерки за опазване на почвите през 2019 г., са повече индиректни, отколкото директно ориентирани и последователни, както се изисква от Закона за почвите. Действията, предприети през 2019 г. са свързани предимно с превантивния контрол чрез процедурите за екологична оценка и оценка на въздействието върху околната среда по глава Шеста на ЗООС, както и чрез издаваните комплексни разрешителни по чл. 117 на ЗООС. Контролната дейност, извършвана чрез Регионалните инспекции по околната среда и водите /РИОСВ/, и изпълнението на ежегодните програми за мониторинг на почвите позволяват единствено да се следи състоянието на почвите. Националната програма за развитие на

селските райони на този етап е единствената програма, по разбираеми финансови причини, която се развива, изпълнява и допринася за опазването на земеделските земи. Акцентът обаче на програмата е не върху ползването, а върху въвеждането на земеделски и горски практики, намаляващи негативното въздействие върху околната среда и ограничаващи почвените деградационни процеси, но това едва ли е достатъчно за устойчивото управление на почвите като национален ресурс.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годишен доклад за състоянието на околната среда в България 2009 г. /ИАОС/
2. Годишен доклад за състоянието на околната среда в България 2016 г./ИАОС/
3. Годишен доклад за състоянието на околната среда в България 2018 г./ИАОС/
4. Захаринов Б., Я. Найденов. Екологичен мониторинг 2007, НБУ, София.
5. Захаринов Б., Я. Найденов. Замърсяване на почвите и въздействие върху екосистемите 2010, НБУ, София.
6. Захаринов Б., Я. Найденов. Рекултивация на нарушени терени и методи за изследване на почвите 2011, НБУ, София.
7. Пенков М. Използване и опазване на земята. УАСГ. София, 1997.
8. Пенков М. Класификация на почвите в България във връзка със земеразделянето. Земиздат, София, 1992.
9. Пенков М. Използване и опазване на земята. УАСГ, София, 1999.

10. Filcheva E., Rousseva S. Organic carbon stocks in Bulgarian soils grouped according to the revised legend of the FAO-UNESCO soil map of the world. In: A. Bieganski, G. Jozefaciuk and R. T. Walszak (eds) *Modern Physical and Physicochemical Methods and their Applications in Agroecological Research*. Lublin-Sofia, 2004. 36-42.
11. *Our Common Future: The World Commission on Environment and Development*. Oxford: N.Y. 1987, p. 2
12. Odum E.P. *Ecology*-Holt London ed., 1971, 152 p.
13. Peakall D.B. Effect of DDT on calcium uptake and vitamin D metabolism in birds.- *Nature*, 1969, vol.224, n 5225, p. 1`219-1220
14. Rudd R.L. Pesticides.- In : Murdoch.. „*Environment. Resourcesq pollution and society*” . Sinauer ed., 1971, p. 279-301
15. Ruseva, T. Raichev, M. Banov. Vegetation residue - waste or richness, In: R. Dilkova at all (editor), *Management, utilization and conservation of soil resources, Proceeding, National Conference with international participation, Publish Sigh Set-Eco, 2005, Sofia 127-132*

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Доц. д-р инж. Ботьо Захаринов е преподавател в НБУ. Автор е на 3 монографии и на повече от 60 публикации в страната и чужбина, както и на „Специализиран терминологичен справочник по екология“ и редица електронни учебни помагала. Ръководил е научноизследователски колективи по проекти, възлагани от НБУ и Националния фонд за научни изследвания. Работил е като експерт към Постоянната комисия по околната среда и водите на НС и като зам.-министър на МОСВ. През 2002 г. Балканската академия на науките, новата култура и устойчивото развитие му присъжда званието Doctor Honoris Causa за приноса му в развитието на екологичния мониторинг.

РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ В БЪЛГАРИЯ В ПЕРИОДА ОТ ОСВОБОЖДЕНИЕТО ДО НАШИ ДНИ

Ваня Банкова

*Старши експерт „Регионално развитие“,
Областна администрация Перник*

Анотация: Студията анализира историческото развитие и функционалните дисбаланси на селските райони в България през призмата на политическото и социално-икономическо развитие на страната.

Изложението на студията изяснява първопричините и механизмите на формиране на характерните особености на този вид райони.

Обект на изследване са причинно-следствените връзки между честата смяна на управленските модели и „догонващото“ развитие на селските райони.

Целта на студията е не само да даде светлина върху постоянно променящата се визия за развитие на селските райони в различните исторически етапи, но и да изведе изоставащото развитие на тези райони като перманентно negliжиран проблем.

Изхождайки от презумпцията, че ресурсният потенциал на селските райони е напълно достатъчен като основа за диверсифициране на икономиката в по-голямата част от селските райони, студията анализира различните управленски подходи за остойностяването на този потенциал.

Крайъгълен камък на изследването е идеята за обезпечаването на устойчивост в развитието на селските райони и връзката ѝ с необходимостта от интегриран подход по отношение на политиката за развитие на селските райони, създаващ

Ключови думи: Селски райони, Селско стопанство, Историческо развитие.

RURAL DEVELOPMENT IN BULGARIA FROM THE LIBERATION UP TO NOWADAYS

Vanya Bankova

*Senior expert „Regional development”,
Regional Administration of Pernik Region*

Abstract: *This study analyzes the historical development and functional imbalances of rural areas in Bulgaria through the political and socio-economic development of the country.*

The exhibition of the study clarifies the root causes and mechanisms of shaping the characteristics of this type of area.

Subject of the study is the causal link between the frequent change of management models and the "catch-up" of rural development.

Main aim of the study is not only to shed light on the constantly changing vision of rural development at various historical stages, but also to draw the lagging development of these areas as a permanently neglected problem.

Based on the presumption that the resource potential of rural areas is sufficient to provide the basis for diversifying the economy in most of the rural areas, the study analyzes the different management approaches to quantifying this potential.

Milestone of the study is the idea of ensuring sustainability in rural development and the link with the need for an integrated approach to rural development policy, creating real and tangible positive effects for the local population.

Key words: *Rural regions; Agriculture; Historical development.*

Върху развитието на селските райони в България влияят множество фактори – природни, икономически, исторически, политически, културни, технологични и др. Определящ фактор са и ограничените природни ресурси за развитието на промишлеността в тези райони и основно на добивните отрасли. Същевременно климатичните, почвени и хидроложки условия в нашата страна са благоприятен фактор за развитие на селското стопанство. Не бива да пропускаме и демографските ресурси, които също влияят върху стопанското развитие чрез потреблението, работната ръка, застаряването на населението, отрицателния прираст на населението и др. Не на последно място са и транспортът и пътната инфраструктура, чието наличие, гъстота и техническо състояние оказват съществено влияние върху развитието на икономическия сектор като цяло.

Селското стопанство и развитието на селските райони в България се характеризират не само с по-горе изброените фактори, но и с чести промени по отношение на финансирането, пазарната ориентация, номенклатурата на произвежданата продукция, производителността на труда, схемата на заплащане и редица други особености.

За максимално прецизен анализ на развитието на селските райони в България и открояване на характерните им особености би следвало да разгледаме процесите, протичащи в селските райони в един по-дълбок исторически разрез. За тази цел ще обхванем периода от Освобождението на България до наши дни (Третата българска държава).

Развитие на селските райони в България в периода 1878 - 1944 г.

Селското стопанство и икономиката на България след Освобождението са поставени в контекста на така наречената „Втора индустриална революция“. Бързото нарастване на рентабилността на производството през втората половина на XIX в., вследствие на масовото внедряване на технически изобретения и рационализации, влиза в остро противоречие с ограничения като територия и покупателна сила пазар в България през този период.

Не може да подминем и отрицателния катализиращ ефект на динамично – променящите се международни отношения върху стопанското развитие на страната. Бурният международен контекст, в който се извършва Съединението на Княжество България с Източна Румелия, Сръбско-българската война, международното признание на Съединението, детронирването на княз Батенберг, дестабилизирането на българо-руските отношения и много други, поставят България в патова ситуация. Впоследствие Ньойският мирен договор грабителски лишава България от Западна Тракия, Струмишка област и Южна Добруджа и от излаз на Бяло море. Освен териториалното „орязване“, страната следва да изплати и контрибуция от 2,25 млрд. златни франка. [Мишев, 2002]

В този смутен контекст българското селячество и развитието на селските райони биват въздигнати в култ. Основен радетел на тази кауза е Александър Стамболийски и управлението на Българския земеделски народен съюз (БЗНС) в периода 1919-1923 г. Във вътрешен план правителството на Стамболийски провежда някои радикални реформи, част от които спорни по отношение на целесъобразността им (визираме „поземлената реформа“, свързана с ограничение на размера на поземлената собственост и оземляване на безимотните граждани и бежанци; въвеждането на трудова повинност, поради наложеното ликвидиране на армията; опростяването на правописа и др.). На практика е наложена земеделска диктатура, крепена отчасти от т. нар. „Оранжева гвардия“.

Основен управленски принцип на Александър Стамболийски и управлението на БЗНС е организацията на обществения труд, на почвата и на съществуващия строй. Този управленски принцип се материализира в извършването на социални реформи, чиято цел е постигането на икономически и социален прос-

перитет не само на селското съсловие и селските райони, а и на всички граждани. Цели се резултатност на политиките, пряко рефлектираща върху стандарта и качеството на живот на широка маса от населението на страната. [Стоянов, 1979]

Именно в този исторически период – между двете световни войни и в контекста на „парещия“ спомен от опустошителните военни конфликти, дългосрочната финансова тежест на репарациите и непрекъснатото догонване на индустриалното развитие на старите демокрации в Европа, България достига върхна точка в развитието на селското си стопанство и икономиката като цяло.

Реално възходът на селското стопанство и развитието на селските райони в България започва през 1935 г. и достига върхната си точка в навечерието на Втората световна война. Бихме могли да обособим като основни предпоставки за този възход: относително стабилната международна обстановка към момента, проевропейското политическо управление на страната, няколкото поредни добри селскостопански реколти и постепенното повишаване цените на селскостопанските произведения, което увеличава покупателната сила на населението в селските райони, съставляващо 78% от населението на страната към този момент. Известна роля изиграват и компенсационните сделки с Германия, Австрия, Унгария и Чехословакия за износ на залежали тютюни срещу внос на индустриални стоки, машини и съоръжения. И не на последно място, Българската земеделска и кооперативна банка многократно увеличава кредитирането на селското стопанство при ниски лихви – за закупуване на селскостопански инвентар, машини, торове, сортови семена и др. Само през 1939 г. тя отпуска на земеделски стопани и кооперации кредити в размер на 1,5 млрд. лв. Това неизменно довежда до увеличаване на средните добиви, на общия обем и доход от селското стопанство. [Симеонов, 2008]

Наличието на достатъчно суровини и вносът на съвременни машини и съоръжения съдействат за ускореното развитие на индустрията, чиято продукция в неизменни цени през 1941 г. достига 18,16 млрд. лв. срещу 11,16 млрд. лв. през 1934 г. при средногодишен прираст 6,9%. По своята концентрация, макар и не в много големи предприятия, България се приближава до развитите държави. В предприятията с до 50 работници работят 75,2%

от всички работници в промишлеността, а с над 200 работници – около 20%. [Стаменов, 1999]

По отношение на селското стопанство и външната търговия на България след 1935 г. се наблюдава бързо нарастване на производствените обеми, като през цялото време търговският баланс е активен. Таблица 1 онагледява търговския баланс на страната в периода 1935-1939 г. и бързото нарастване на общия доход от селското стопанство, който почти удвоява обема си за период от 4 години.

Таблица 1: Търговски баланс на България в периода 1935-1939 г.

Години	Общ доход от селското стопанство млн. лв.	Внос млн. лв.	Износ млн. лв.	Салдо млн. лв.
1935	19 985	3009	3253	244
1936	20 646	-	-	-
1937	24 594	-	-	-
1938	26 911	4934	5578	644
1939	31 466	5197	6065	868

Източник: Стаменов, 1999 г.

По примера на САЩ, Германия, Италия и други страни е засилена и държавната намеса в стопанския живот на страната. Със Закона за индустрията от 1936 г. държавата определя задачите на отделните предприятия и отрасли, характера на производството и производствения процес. В областта на селското стопанство чрез Дирекция „Храноизнос“ държавата пряко влияе върху цените на селскостопанските произведения. Установява се контрол върху износа и пълен надзор върху цените на вътрешния пазар. В края на 1939 г. „ножицата“ между цените на индустриалните и селскостопанските произведения се затваря и това се отразява благотворно върху бюджета на държавата, който през 1939 г. приключва с излишък от 270 млн. лева. Спестов-

но-застрахователните дружества също са поставени под държавен контрол. По този начин цикълът се затваря.

Подемът на икономиката довежда до подобряване на жизненото равнище на широки слоеве от населението. През 1939 г. доходът на селското население нараства с 37% в сравнение с 1935 г. Средната надница на професионален работник е 66,60 лв., средната месечна заплата на чиновниците – 2500 лв., а средната пенсия – 1400 лв. [Икономика и заплатите..., 2018]

Особено внимание заслужава фактът, че още в края на 20-те години на ХХ век в българското селско стопанство започват да се въвеждат практики за кооперативно стопанисване на земята (на доброволни начала, за разлика от кооперирането след 1944 г.). Несъмнено ефектът от доброволното съвместно стопанисване на производствените средства в земеделието и животновъдството, както и окрупняването на производствените единици имат неоспорим положителен ефект върху развитието на селското стопанство и селските райони в частност. Статистическата наука обаче „мълчи“ по отношение на количествените измерения на ефекта от това коопериране върху икономическите показатели на страната.

Новият управленски модел на страната, въведен през 1944 г. не само изначално променя статута на тези доброволни кооперации, но и на поземлената собственост като цяло.

Развитие на селските райони в България в периода 1944 – 1989 г.

За разлика от други европейски държави, по време на Втората световна война България остава в периферията на бойните действия, поради което до голяма степен стопанството ѝ не понася преки последици от войната. Налагането обаче на нова политическа система довежда до коренна промяна в стопанската организация на страната. Постепенно са премахнати частните стопански субекти и свободната пазарна конкуренция. Стартирани са процесите на „колективизация“ (1946 г.) в селското стопанство и на така наречената „национализация“ (1947 г.) в индустрията и сферата на услугите. Тази нова организация на индустриалния сектор и селското стопанство води след себе си редица динамично проявяващи се дисбаланси, поставящи субектите и обектите на стопанството на страната в съвършено нов контекст.

От началото на 50-те години на миналия век се пристъпва към бърза „индустриализация“ на страната, която не е съобразена с природните, демографските и производствените ù ресурси. Изграждането на индустриални предприятия в големите градове поражда миграционни потоци от селата към индустриалните центрове. Причинно-следствената връзка за това явление бихме могли да потърсим и в процесите на „колективизация“ и принудителното отнемане на производствените ресурси (земя, селскостопански инвентар, добитък и др.) от селскостопанските производители в малките населени места. Същевременно нискоквалифицирания персонал, липсата на квалификационни центрове и остарялата техника в повечето промишлени предприятия води до ниска производителност и негативно въздействие върху околната среда.

Процесът на принудителна трансформация на българския селянин, който през вековете винаги е бил собственик на земеделска земя и добитък, в безимотен селскостопански работник в стопанство от колхозен тип променя статуквото в селата.

В този ред на мисли, в края на 50-те години на XX век в селското стопанство на „социалистическа“ България – страна с традиции в земеделието и с преобладаващо селско население, вече няма частни земеделски стопани. Ефектът от този процес безспорно нанася тежки демографски, стопански, културни и социални поражения не само на населението в селските райони, но и на цялото българско общество.

Търсенето на причинно-следствената връзка между процеса на „колективизация“ в селското стопанство и възникването на някои негативни тенденции в селските райони би следвало да започне с изясняване същността на „колективизацията“.

Основна цел на колективизацията е формирането на лесно управляеми от социалистическата държава производствени отношения в селското стопанство. Тази цел се постига чрез премахване на частната собственост върху земята, добитъка и техническите средства за производство до достигане на държавно управляемо производство на суровини и налагане на държавна ценова политика, несъобразена с интересите на отделния производител или земеделски колектив от производители.

Уедряването на обработваемите площи чрез създаването на Трудово кооперативните земеделски стопанства и Държав-

ните земеделски стопанства (ДЗС) позволява бързото навлизане на обработваща техника и химизация в растениевъдството, използването на която води до разрушаване структурата на почвите в много райони от страната и тяхното осоявяване (до края на 80-те години обработваемите площи намаляват с около 2 млн. дка), поради специализирането и превръщането на селското стопанство в суровинен придатък на хранително-вкусовата и леката промишленост. [Пенин, 2001]

От друга страна, въпреки политическите и стопански ограничения през този период, България разширява значително „географията“ на външната си търговия, като в края на 80-те години тя поддържа търговски връзки с около 120 държави. Търговското салдо през периода е положително. България изнася основно машини и преработени селскостопански продукти, руди и други суровини, а внася нефт, природен газ, машини, моторни превозни средства и др. [Пенин, 2001]

Особено внимание за нашия анализ заслужава членството на България в Съвета за икономическа взаимопомощ. По силата на това членство, българската икономика и селско стопанство са специализирани най-вече в леката промишленост, т.е. в областта на хранително-вкусовата и преработвателната промишленост, електрониката и текстилната промишленост. В тази връзка над 80% от външнотърговския ни оборот в края на 80-те години е именно със страните от Съвета за икономическа взаимопомощ (СИВ) и Близкия изток. [Uschakow, 1983]

Преформатирането на структурата и целите на индустрията и селското стопанство и насочването им в малко на брой и специфични производства оставя траен отпечатък върху развитието на двата отрасъла, чието проявление и негативни резултати „спъват“ развитието им и до днес. Политическите усилия за създаване на единна планираща организация с общо стопанство, способна да определя плановете в региона на Съвета за икономическа взаимопомощ, ремоделират селското стопанство на всички страни-членки на Съвета, като поставят търсенето и предлагането в „инкубаторна среда“. С други думи, липсата на пазарни механизми и конкурентна среда предопределя по-ниското качество на произвежданите стоки и извършваните услуги. От друга страна, създаването на култура у земеделските производители, осно-

вана единствено върху количествените характеристики на произведените стоки, демотивира постигането на по-добри резултати по отношение на качеството.

Въпреки постигнатите положителни салда в почти всички области на икономиката, от началото на 80-те години се проявяват редица негативни тенденции в стопанското развитие на страната, породени както от вътрешни, така и от външни фактори. Тези тенденции се проявяват още в началото на 50-те години с премахването на частната собственост и свободната пазарна конкуренция. Статистиката сочи, че за периода от 1984 г. до 1989 г. външният дълг на България нараства над 3 пъти – от 2,923 млрд. долара през 1984 г. на 10 млрд. долара в края на 1989 г. Огромният по мащаб външен дълг, чиято тежест безспорно спъва стопанското развитие на страната, катализира проявата на негативни за икономиката и селското стопанство процеси, дълго след падането на режима. [Външен дълг, 2018]

Развитие на селските райони в България в периода след 1989 г.

Със събитията от есента на 1989 г. се поставя началото на един труден период в производствен, икономически, отчасти и в културен план за българското село. Паралелът „преди – след“ настъпването на така наречената „демокрация“ е особено показателен не само за селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост, но и за социално-икономическия живот в българското село като цяло. За последните двадесет и девет години, под удара на приватизацията попадат не една и две доказали се във времето производствени единици, към които спадат и така наречените „земеделски кооперативи“. Това до голяма степен е и причината за прекъсването на връзката между българина и селото. Отливът на млади хора от селските райони постепенно се превръща в съпътстващо явление на проходащата демокрация в България.

Особено внимание заслужава фактът, че към края на 2016 г. 573 села в България са без население или с едноцифрен брой жители. [10] В резултат на тази тенденция се осъществява неравномерно демографско и икономическо развитие на страната, което в недалечно бъдеще би създавало сериозни затруднения пред държавното и регионално управление.

Именно държавната политика и управление са онези функционални лостове, които най-адекватно биха могли да повлияят върху демографската структура на страната ни и прилежащите проблеми. Властите на всяка държава и нейните икономически оператори са отговорни за заетостта, обучението, конкурентоспособността на фирмите, качеството на околната среда, изследванията и т.н., но в Преамбюла на Договора за Европейския съюз се подчертава и европейската солидарност, която обосновава действията на Общността за засилване на икономическата и социална кохезия и намаляване на различията в нивата на развитие на различните райони. [Национален статистически..., 2018]

Естествено възниква и въпросът дали нехайството на държавниците в изминалия четвърт век не е „увредило“ необратимо разбирането за контролирана демографска структура. Демографското развитие на страната ни като цяло е национален приоритет от огромно значение, изискващ максимална концентрация на усилията и провеждане на активна, целенасочена и последователна правителствена политика, както и обединение и координиране на действията на органите на властта, институциите и структурите на гражданското общество на централно, регионално и местно ниво.

Също толкова важно е и да се идентифицират последиците от процеса на обезлюдяване на селските райони. Запазването на тази тенденция на намаляване на населението в селата води до свиване на техния демографски и икономически потенциал, следователно приносът на селските райони в бъдещото развитие на страната ще става все по-малък.

Данните на Националния статистически институт сочат, че към 1990 г. населението в селата е наброявало 2 947 550 души, двадесет и шест години по-късно този брой е редуциран до 1 897 474 души. [Благоева-Хазърбасанова, 2012] Ако направим едно просто математическо изчисление на темпа на спад, то тогава решението сочи, че със сегашното темпо на обезлюдяване на селата към 2060 г. в България няма да има селско население. Сред основните причини българските села да обезлюдяват бихме могли да открием факта, че населението, търсейки препитание (постоянна или временна работа), по-добри социални услуги (образование, здравеопазване и др.) или по други причини (склучва-

не на брак, преместване с/при родители, гледане на деца и др.) мигрира в посока към по-големите населени места. Важно е да отбележим, че намалението на броя на населението в селските райони не е резултат само от ограничените трудови възможности, но и от баланса между заселванията и изселванията във и от страната. Вземайки за пример данните на Националния статистически институт (НСИ) за 2014 г. относно механичното движение, формирано от разликата между изселванията и заселванията, виждаме отново резултат с отрицателен знак. Броят на изселените за 2014 г. е 106 056 души, от които: 48 913 мъже и 57 143 жени, към тях съпоставяме и броя на заселванията – 104 984, от които: 49 568 мъже и 55 380 жени и получаваме резултат с отрицателен знак от 1108 души (+ 655 мъже и – 1763 жени). От тук бихме могли да заключим, че освен процесите на вътрешната миграция, наблюдаваме и един процес на обезлюдяване на страната. Ако към тези данни добавим и статистиката на НСИ за 2015 г. по отношение на естествения прираст на населението в селските райони, която показва, че раждаемостта (16 600 новородени) е приблизително три пъти по-ниска в сравнение със смъртността (42 368 починали) в българските села, бихме могли да очертаем контура на мрачния сценарий за развитието на селските райони в България, ако не се вземат спешни управленски мерки по въпроса. [Национален статистически..., 2018]

Според доклад на Организацията на обединените нации България е в първата десетка на държавите с най-бързо застаряващо население в света. Нарездаме се на пето място в света по процентен дял на възрастното население в рамките на общото население – 24,2% от населението на България е над 60 години, като по-голямата част от тях живее в селските райони. В допълнение, нека подчертаем, че застаряването на населението е динамичен процес с дълбоки и трудно коригируеми последици, който засяга всички аспекти на икономическия и социален живот в дадено общество. [Застаряване на..., 2010]

Намаляването на броя на трудоспособното население в селата само по себе си също е пагубно за българското село. Равнището на икономическата активност и заетост на населението с производителен труд е фактор с изключително значение за социалния прогрес, качеството на живот на населението, сигурността

и успешното участие в интензивно протичащите процеси на глобализация и европейска интеграция. Повишаването на икономическата активност и на заетостта на населението с развитието на икономиката и инвестициите в човешкия капитал е най-важният фактор за ликвидиране на бедността, социалната дезинтеграция и несигурността. [Владиминова, 2002]

Тук е мястото да вмъкнем, че сред основните принципи на правовата държава е равенството пред закона. Всички хора и всички юридически лица са еднакво обвързани от поетите задължения и разполагат с еднакви възможности за защита на накарнените си права. На практика обаче, фактори като социално и икономическо положение в обществото дават съществено предимство. За осигуряване на прокламираната равнопоставеност, някои групи в обществото се нуждаят от „допълнителна защита“. Такъв е случаят със самотните родители, децата и др. Такава група са и живущите в малки населени места в селските райони. Част от обществото, която има ограничен достъп до социални услуги, ограничени възможности за трудова заетост и се ползва от влошена инфраструктура или почти липсва такава.

В този ред на мисли, илюзорният по своята същност модел на обществена система „Sozialstaat“ или „Социалната държава“ би бил своеобразна „панацея“ именно за споменатия по-горе проблем. Сам по себе си този модел представлява механизъм за преразпределение на обществените блага в съответствие с принципа на социалната справедливост в интерес на всички граждани, така че всеки един индивид да има достоен и нормален стандарт на живот. Основните му механизми би следвало да постигат поставената цел чрез преразпределяне на ресурси и насочването им към хора, които са в нужда.

На практика в основата си Лисабонската стратегия отчасти се доближава до тази вече почти забравена концепция на Лоренц фон Щайн. Целта е да подсили конкурентната позиция на регионите от Европейския съюз в световната икономика, като растежа, заетостта и конкурентоспособността се приоритизират.

Европейската кохезионна политика придава все по-голямо значение на постигането на тъй наречените „цели от Лисабон“. Кохезионната политика като цяло е насочена към региони, характеризиращи се с ниски равнища на brutния вътрешен продукт и ни-

сък процент на заетост. Именно такъв вид региони са селските райони в рамките на по-слабо развитите страни - членки на Съюза.

Най-ярък пример за „кохезия в действие“, насочена именно към необлагодетелстваните селски райони в България, е Програмата за развитие на селските райони (ПРСР). Още преди пълноправното членство на България в Европейския съюз (1 януари 2007 г.) на територията на страната действа предшественикът на ПРСР - програма Сапард, предприсъединителен инструмент на Европейския съюз за подготовка на селското стопанство и селските райони на страните кандидат-членки в периода преди тяхното присъединяване към Съюза.

Въпреки многобройните критики, насочени основно към неправилното програмиране и управлението на Програма „Сапард“, не можем да подминем факта, че в края на своето изпълнение по програмата са договорени 3509 проекта със субсидия в размер на 1 375 796 333,30 лв. Средства, породили така наречения „демонстрационен ефект“ - успешното изпълнение на проект, финансиран със средства от предприсъединителния инструмент в даден район стимулира и други бенефициенти да кандидатстват за финансиране. Появата на критична маса от относително модерни и структурно хомогенни стопанства към онзи момент се превръща в предпоставка за реализиране на интегрирани проекти в бъдеще.

Като цяло обаче, програмата „Сапард“ не регистрира значими ефекти на синергия. Няма и данни за обединяване на усилията на производители и преработватели за реализация на съвместни проекти впоследствие. Малки са и постиженията от реализирането на мерките по Програмата, що се отнася до структурния проблем, свързан с раздробеността на собствеността върху земята. Още в Междинната оценка на Програмата се посочва, че целта, свързана с подобряване на качеството на живот в селските райони, не е постигната. Също така Програмата отчита ограничен ефект върху околната среда, което се дължи най-вече на провала на мярката за управление на водите и късното стартиране на агро-екологичната мярка.

Най-важната поука от дейността на Програма „Сапард“ несъмнено си остава нуждата от опростяване на процедурите по изпълнението на проектите и нуждата това изпълнение да бъде на-

сочено не само към пълно усвояване на отпускнатите средства, но и към качествено, териториално и секторно разпределение, за да се гарантира максимално постигане на целите, поставени в Националната програма за развитие на земеделието в селските райони.

Това, което не може да се отрече обаче, е фактът, че програмата „Сапард“ налага нов начин на мислене и преди всичко въвеждане на процедури на управление, изпълнение и отчетност (въпреки че чрез същите тези процедури бе установено, че ритъмът на изпълнение и развитие на Програмата през годините е твърде неравномерен и не е успял да покрие напълно предварително заложените цели за периода). Също така изпълнението на Програмата несъмнено допринася за повишаване публичността на дейностите на държавните институции. Социалните партньори пък биват включени в процеса на консултиране и наблюдение на Програмата, въпреки че тяхната представителност, мотивация и подготовка са спорни към онзи момент.

Въпреки това, програмата „Сапард“, макар никога да не е имала за цел радикална промяна на негативния сценарий на развитието на селските райони и селското стопанство, е постигнала известен положителен ефект.

В този ред на мисли, Програмата за развитие на селските райони 2007-2013 г. не само поставя акцент върху необходимостта от корекция на основните слабости на програмата „Сапард“, но и прави реални постъпления за тази цел. А именно:

- промяна в административната система за обработка на заявленията на бенефициентите с цел разрешаване на проблема с голямото забавяне при обработка;

- засилен е административният капацитет и е намалено текущото качество на кадри в Управляващия орган на Програмата и Държавен фонд земеделие;

- подобрене на достъпа до финансиране за общините чрез разработване на механизъм за предоставяне на безлихвени заеми;

- предоставена е нова алтернатива за гарантиране на авансови плащания чрез договор за поръчителство за сумата от 110% от авансовото плащане;

- и не на последно място се отчита положителен и стабилен във времето процес на окрупняване на земеделските земи, което, от една страна, завишава продажната цена на земята, а от

друга, влияе положително и върху развитието на арендните отношения. [Годишен доклад за..., 2012]

Най-общо казано, основното въздействие, което цели реализирането на дейностите по четирите оси на ПРСР 2007-2013 г. е свързано не само с коригиране на дисбалансите в земеделието и животновъдството, създадени от програма „Сапард“, но и с идеята за ускоряване на структурната реформа в земеделието, която от своя страна да подобри конкурентоспособността на земеделския и хранителния сектор и да насърчи иновациите, което пък да доведе до повишаване на доходите на местното население.

Реализираните структурни, функционални и процедурни корекции, както и целевата реализация на първия програмен период на ПРСР остава спорна и до днес. Заложените в нея основни цели, буквално са огледален образ на визията за развитие на Общата селскостопанска политика на ЕС (развитие на конкурентно и основано на иновациите земеделие; опазване на природните ресурси и околната среда; повишаване на жизнения стандарт на населението и др.), но за жалост не кореспондират нито с голяма част от реалните потребности и възможности на сектора към момента, нито със заложените индикатори в самата Програма.

Годишните доклади за изпълнението на Програмата за развитие на селските райони 2007-2013 показват, че заложените в нея мерки не успяват да окажат очакваното влияние за овладяване на негативните процеси, протичащи в българското село, въпреки огромния обем усвоени средства по Програмата – 2 476 222 830,73 евро.

От друга страна, прекомерната критичност при анализа на данните от въпросните доклади може да се смекчи от факта, че на българския административен капацитет за управление на финансовите инструменти на Общността към дадения момент (2007-2013 г.) все още му липсва достатъчно опит и рутина не само при програмирането, но и при управлението на програмите, финансирани със средства от Европейския съюз.

Широко-обхватната оценка на допуснатите грешки, пропуските при програмирането и дефинираните поуки от предходния програмен период, в комбинация с въвеждането на подхода за осъществяване на обратна връзка с бенефициентите по Програмата, различни кълстери, неправителствени организации и

др. биват идентифицирани като разковничето за успеха на настоящата ПРСР 2014-2020.

Основната цел на въвеждането на този нов подход за програмиране се корени в необходимостта от коригиране на основния дефект на системата – полюсната аграрна структура. Визира се относително малкия брой едри стопанства, ползващи на ета земя, специализирани в производството предимно на зърно и маслодайни култури и възползващи се активно от директните плащания по ПРСР, и друга – многобройна група дребни стопанства, произвеждащи предимно за собствена консумация, малка част от които успява да се пребори с бюрократичните спънки на кандидатстването по ПРСР и трудно намира достъп до заемни финансови средства за реализиране на каквито и да било проекти.

Обособяването на отделна подпрограма към ПРСР 2014-2020, така наречената „Тематична програма за развитие на малки стопанства“, се налага именно поради необходимостта от корекция на отрицателните ефекти на полюсната аграрна структура. Дали този инструмент ще постигне заложените цели, предстои да определят предстоящите междинни и последващи (ex-post) оценки на ПРСР 2014-2020.

Тук е мястото да акцентираме и върху една друга особеност на селскостопанската политика на България, произтичаща от неправилното програмиране на директните плащания в ПРСР 2007-2013. Фокусът на тази политика бе изместен от социалния и културен аспект на развитието на селските райони, към „задкулисна протекция“ на самоцелното усвояване на земеделската подкрепа (от малко на брой субекти) чрез директните плащания, поставяща под въпрос ефективността (*effectiveness*) и устойчивостта (*sustainability*) на основните цели на ПРСР като цяло.

След последната реформа в Общата селскостопанска политика (ОСП) на Европейския съюз се очерта необходимостта от въвеждането на промени при прилагането на многопластова структура на директните плащания в България през периода 2015-2020 г. и коригиране на недостатъците на системата от предходния програмен период. За да достигне подпомагането до по-широк кръг от земеделски стопанства, минималният размер на стопанствата, които могат да получават директни плащания, е намален на 0,5 ха за всички видове стопанства.

Също така, по-справедливо насочване на плащанията се цели да бъде постигнато чрез използване на Схемата за преразпределително плащане. Бюджетът по схемата е в рамките на приблизително 7% от националния таван за директни плащания, като завишено подпомагане се предвижда за първите 30 ха на всички стопанства. И не на последно място, съгласно изискванията на Регламент (ЕС) 1307/2013 от 2015 г. директните плащания се отпускат само на активни фермери.

Чрез тези корекции се цели постигането на по-голяма прозрачност по отношение на усвояването на средствата по Програмата, както и премахването на „сравнителното предимство“ на едрите земевладелци и животновъди.

Какви резултати ще постигнат заложените промени в ПРСР 2014-2020 и каква ще бъде тяхната устойчивост - предстои да разберем!

Анализът на историческото развитие на селските райони в България в по-горе изследваните исторически периоди ни дава възможност да дефинираме характерните особености (черти) на този тип райони.

Характерни черти на селските райони в България на база направения исторически анализ

Развитието на селските райони в България е резултат от въздействието на няколко групи фактори. На първо място са честите промени в структурата и управлението на селското стопанство, икономиката и държавното управление като цяло, през последното столетие.

Тези промени са следствие от действието както на вътрешни, така и на външни за страната движещи сили. Към първите се отнасят възстановяването на правото на собственост върху земеделските земи, утвърждаването на пазарен тип връзки между стопанските агенти в земеделието и хранителната промишленост и общото икономическо развитие.

Външните фактори са също толкова важни, тъй като геополитическите процеси на Стария континент винаги са играли основна роля в развитието на всяка регионална единица, особено като се има предвид, че България е сравнително малка страна, с отворена икономика и експортно ориентирано селскосто-

панско производство, от което основно зависи и развитието на селските райони. Към външните фактори бихме могли да добавим бързия колапс на съществуващите до 1989 г. външни пазари (СИВ и Съветския съюз), както и свиването на вътрешния пазар; постепенната либерализация на търговския режим; споразумението за асоцииране към Европейската икономическа общност от 1995 г.; членството в Световната търговска организация от 1996 г., пълноправното членство в Европейския съюз от 2007 г. и много други.

Анализирайки факторите, открояваме и следните характерни особености в развитието на селските райони в България:

- неравномерно развитие – не само в териториален, но и в икономически, социален, технико-технологичен и исторически план. Тази неравномерност се отнася и за отделните стопански отрасли, подотрасли и обособени производства. В отделните части на страната под влияние отново на редица фактори, предимно природно-географски, исторически, обществено-икономически, инфраструктурни и др., се формира специфична регионална стопанска структура и равнище на развитие на селските райони. Поради тази причина в страната са се оформили отделни райони със силно стопанско развитие и други – с по-слабо. Това от своя страна създава дисбаланси, които в отделни случаи имат характера на контрасти.

- повсеместност в териториалното разпределение на стопанството – въпреки споменатото вече неравномерно развитие и изхождайки от тезата, че развитието на селските райони е пряко свързано с развитието на икономиката и селското стопанство като цяло, бихме могли да заявим, че няма район от територията на България (било то селски или предимно градски), в който да не се развива някаква производствена, добивна или поне обслужваща дейност.

- технико-технологичната изостаналост в земеделието и животновъдството, вследствие на което се наблюдава производство на неконкурентна на световните пазари продукция. В този ред на мисли, спадът на производството в част от стопанските отрасли може да се дефинира и като резултат от непоследователната и хаотично систематизирана политика на преход от планова икономика към пазарно стопанство. Този фактор с отрицателен

знак, неизменно влияе и върху нивото на жизнения стандарт на населението в селските райони.

- непостоянство при воденето на държавна политика за развитие на селското стопанство – непрекъснатите промени в структурата и управлението на селското стопанство (основен поминък в селските райони) влияят негативно върху развитието на селските райони, демографската структура в тях и икономическото и социално развитие на населението им. Несигурността, която непоследователната държавна политика в областта на развитието на селските райони поражда, има негативен ефект не само на регионално ниво, но и на национално, тъй като голяма част от производствените ресурси се намират именно в селските райони.

- ниска степен на диверсификация и на добавяне на стойност в селската икономика, което възпрепятства развитието на сектора.

В заключение бихме могли да обобщим, че историческият анализ на развитието на селските райони в България за периода от Освобождението до наши дни, свидетелства за преминаването на страната през трите основни типа стопанска среда от преобладаващо натурално през планово до пазарно стопанство. Формирането на тези три типа стопанство и съответните преходи помежду им несъмнено оставят своя уникален отпечатък върху облика и характерните особености на селските райони у нас. Развитието на селските райони в България е резултат не само от честите промени в структурата и управлението на селското стопанство, но и от липсата на целенасочена политика за протекция и развитие на необлагодетелстваните райони в страната. Този тип райони са изправени не само пред предизвикателства като: растеж, заетост и устойчивост, но и пред реалната необходимост от „догонване“ на развитието на подобни по структура и устройство райони в рамките на Европейския съюз.

ЛИТЕРАТУРА

1. Благоева – Хазърбасанова, Е., Политиките на ЕС в областта на образованието и културата, Издателство на Нов български университет, София, 2012 г.

2. Владимирова, К., Икономика на труда, Издателство на Нов български университет, София, 2002, стр. 41

3. Външен дълг, <http://antipropaganda.eu/debts.html>, източникът е използван на 03.12.2018 г.

4. Годишен доклад за изпълнението на Програмата за развитие на селските райони 2007 – 2013 за периода 1 януари – 31 декември 2011 г., Министерство на земеделието и храните, София, 2012 г.

5. „Застаряване на световното население 2009“, Доклад на Организацията на обединените нации, София, 2010 г.

6. Икономика и заплатите в Царство България през 1939 година, <http://www.extremecentrepoint.com/archives/12188>, източникът е използван на 12.11.2018 г.

7. Мишев, Социалнополитическо устройство и развитие на модерния свят, История на новото време, 2002 г., стр. 514

8. Национален статистически институт - <http://www.nsi.bg/nrnm/>, източникът е използван на 05.12.2018 г.

9. Пенин, Р., М. Султанова, Т. Трайков, В. Бояджиев, География и икономика, Изд. Булвест 2000, София, 2001, стр. 109-116

10. Симеонов, Т., 1938: Светът в промяна, Изд. PRESS PUBLICA, Будапеща, 2008, стр. 58

11. Стаменов, М., В навечерието на Втората световна война България става фаворит на Балканите, в-к „Македония“, брой 24, 16 юни 1999 г.

12. Стоянов, Л., Александър Стамболийски. Романизиран живот, Издателство на БЗНС, София, 1979, стр. 231

13. Uschakow, Alexander, Protokoll über die Gründungeines Rates für gegenseitige Wirtschaftshilfezwischen der Regierungenden UdSSR, der Republik Polen, der Rumänischen Volks republik undder

Republik Bulgarien, unterzeichnet am 18. Januar 1949 in Moskau. In: Integration im RGW (COMECON). Baden-Baden, 1983, p. 19-21

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Ваня Банкова е старши експерт „Регионално развитие“ в Дирекция „Административен контрол, регионално развитие и държавна собственост“ към Областна администрация Перник. Интересите ѝ са в областта на регионалното развитие, развитието на селските райони, управлението на проекти в публичния сектор и др. В момента е докторант към департамент „

ДИЗАЙН НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА

Ваня Хаджиева

Нов български университет

Анотация: Глобализацията е сложен социален феномен, провокиран в началото от човешкото любопитство да се откриват и изпробват нови и различни неща. С течение на еволюционните процеси се развива и глобализацията, която в началото се свежда до опознаване на хората от съседното село, а днес хората от различни континенти общуват помежду си без никакви затруднения. Тя е сложен социален феномен, който е представен в рамките на изследването през същността на явлениято, предпоставките, които го провокират, симптомите и видовете класификации на глобализацията.

Ключови думи: глобализация, предпоставки, симптоми, видове.

GLOBALIZATION DESIGN

Vania Hadjieva

New Bulgarian University

Abstract: *Globalization is a complex social phenomenon, provoked in the beginning by human curiosity to discover and try new and different things. As evolutionary processes progress, so does globalization, which initially reduced to getting to know people from the neighboring village, and today people from different continents communicate with each other without any difficulty. It is a complex social phenomenon that is presented within the study through the nature of the phenomenon, the prerequisites that provoke it, the symptoms and types of classifications of globalization.*

Key words: *globalization, prerequisites, symptoms, types*

Глобализацията е сложен социален феномен, който обхваща всички области на съвременния живот, което именно провокира научния интерес към него. Новият ХХI в. е изпълнен с иновации и технологични решения, които променят формите на свързаност както в бизнес отношенията, така и в личностните отношения. В последния четвърт век е налице всеобща свързаност, която обхваща всичко и всички. Тези именно нови предизвикателства провокират научния интерес към изследването на този процес на всеобща промяна, наречен глобализация.

Целта на настоящата студия е да се представи един многоаспектен анализ върху социалния феномен глобализация, посредством който да се проследи и анализира неговата същност, обхват, предпоставки и видове.

Обект на изследване е процесът на глобализация, неговите основни характеристики и специфични черти.

Изследователските задачи на представеното изследване се фокусират в четири направления:

- Изясняване същността на глобализацията,
- Анализиране на предпоставките, провокирали появата и последващото динамично развитие на глобализацията,
- Аналитично представяне на съвременните проявления на глобализацията в рамките на първата четвърт на ХХI в.,
- Разграничаване видовете на практическо проявление на глобализацията.

Предмет на представеното научно изследване е социалният феномен, белязал началото на ХХI в., наречен глобализация и неговите проекции в практиката.

Ограничения в рамките на изследването – процесът на глобализация все още не е завършен, което е едно от основните ограничения в рамките на представеното изследване. Явлението глобализация е комплексно по своята същност и има разнообразни форми и проявления, което затруднява неговото пълно и детайлно изследване. Към настоящия момент е възможно да бъдат отчасти анализирани и проследени практическите проявления на процеса, като се налага изричното уточнение, че те вероятно ще продължат да се развиват и променят във времето и пространството.

Актуалност – първите признаци на глобализацията могат да бъдат открити дори праисторически времена, но по своята същност глобализацията се проявява и развива особено динамично в рамките на последния четвърт век. Динамичното ѝ развитие е силно повлияно от технологичните иновации и нововъведения, които завладяват XXI в.

Изследователските методи приложени в рамките на изследването са: анализ, синтез, литературен обзор и сравнителен анализ.

Научно-техническият прогрес и иновационният бум провокират нови и различни предизвикателства в глобален мащаб като глобалното затопляне, екологичните кризи, природните бедствия, икономическите спадове и възходи, споделени пътувания и т.н.

1. Дефиниране на понятието глобализация.

Терминът *globalisation* (*глобализация*) описва интеграцията на хората, икономиките и културите, посредством глобалната мрежа *Internet*, за търговия, логистика, имиграция и общуване. Основният му фокус е световната свързаност, която обхваща всичко и всички навсякъде по света.

Широко разпространено е мнението, че *Теодор Левит* е човекът, създал термина през 1983 г. като професор по маркетинг в Бизнес училището към университета „Харвард“, в статия за списание *Harvard Business Review*, озаглавена „Глобализацията на пазарите“, в която дефинира глобализацията като „.....промените в социалното поведение и технологиите, които позволиха на компаниите да продават същите продукти по целия свят“.

Терминът всъщност е въведен за първи път още през далечната 1930 г. като изцяло нов подход към образованието от *Уилям Бойд*, автор на *The History of Western Education* и съредак-

тор на книгата *Towards New Education*, който въвежда концепцията за глобализацията като ключово понятие в педагогическите изследвания: „Цялостност, интеграция, глобализация... изглежда да ще бъдат ключовите думи на новия възглед за образованието“. Бойд получава термина, когато прави превод от френски на думата *globalisation*, използвана от белгийския учител и психолог Овид Декроли [Библиотеке по педагогике, Овид Декроли] в неговата *méthode globale* (глобална метода) за обучение на децата да четат през 20-те години на ХХ в.

Икономическият смисъл на термина се утвърждава почти три десетилетия по-късно във връзка с европейския Общ пазар, когато през 1959 г. академичното списание *International Organization* публикува статия, в която се казва: „Шестте страни от Общността ще предприемат следните първи практически стъпки към постигането на общата си пазарна цел – глобализация на квотите“. Терминът се отнася до първите стъпки на шестте страни, учредителки на *Европейския съюз* – Белгия, Германия, Франция, Италия, Люксембург и Нидерландия, за постепенното премахване на митата и квотите в Европейската икономическа общност.

Три години по-късно на фона на глобалното разрастване на мултинационалните корпорации, анализирайки влиянието на масмедията и обществото, *Маршал Маклуън*¹ създава термина *global village* (глобално село). През 1974 г. *Имануел Валерщайн* публикува *The Modern World System* (*Системата на съвременния свят*²) и формулира понятието за един свят, свързан в сложна мрежа от международен икономически обмен, чиято основна цел е натрупването на капитал [Global Translation Business Services, 2017].

Масовото използване на понятието глобализация от икономисти и социални учени достигна връх на популярността си през 80-те години на ХХ в., когато многонационалните корпорации са смятани за ключови инструменти на финансовия капитал. Развитието в областта на транспорта и комуникациите, създаването на

¹ Виж по-подробно по този въпрос: *Маршал Маклуън*, <http://newspaper.kultura.bg/bg/article/view/18550>, достъп на 20.05.2019 г.

² Виж по-подробно по този въпрос: <https://understandingsociety.blogspot.com/2009/11/modern-world-system.html>, достъп на 20.05.2019 г.

интернет и нови платежни системи, както и увеличените обеми на свободната търговия и движението на хора ускориха неимоверно темпа на глобализация през последвалите години.

Думата глобализация има английски произход „*globe*“ – земно кълбо, което предопределя огромните мащаби и значимостта на процесите и явленията, които се обхващат от това понятие. Глобализацията се схваща като световен процес с историческо значение, насочен към обединяване в „*единно планетарно семейство*“ като най-подходяща форма на оцеляване, възникване и възпроизводство на „*действителния човешки живот*“ [PONS, Онлайн речник].

Глобализация е събирателно понятие, което концентрира в себе си множество икономически, социални, технологични и политически процеси, проявяващи се във взаимовръзките и отношенията между отделните държави, организации и хора. По своята същност това е процес на всеобщо разпространение и взаимопроникване на идеи, капитали, технологии и културни особености на световно ниво. Процесът се възприема като премахване на границите и разстоянията, като фактор на развитието в световен мащаб.

Глобализацията е процес със спорен ефект. Налице са различни гледни точки и позиции за ползите и вредите от разрастващите се размери на глобализацията. Противниците на глобализацията организират редица прояви, съпътстващи важни международни форуми.

Понятието глобализация (процес ли е глобализацията?!)

Понятието „глобализация“ е в процес на формиране и прецизиране. Много и разнообразни са изходните позиции при дефинирането му както от учени с доказана експертиза в областта на икономиката, социологията, политиката и т.н., така и от страна на утвърдени институции като Световната банка, Международният валутен фонд (МВФ), Световната търговска организация и др.

При всяко дефиниране различните автори акцентират върху различия в обхвата, влиянието и аспектите на глобализацията, но почти винаги тя се представя като процес на динамично нарастване на взаимната свързаност, базирана на национални, икономически, културни, религиозни и всякакви други различия.

В речника на Оксфорд глобализацията се определя като „процес, чрез който бизнесът или други организации развиват международното си влияние и започват да оперират в международен мащаб“.[Lexico, powered by Oxford, глобализация]

Според Парламентарната асамблея на Съвета на Европа „Глобализацията може да се опише като все по-сближаваща икономическа интеграция на всички страни на света в резултат на либерализацията и логическото увеличаване на обема и разнообразието на международната търговия със стоки и услуги, падащите разходи за транспорт, увеличаващата се интензивност на международното проникване на капитал, необятния ръст на глобалната работна сила и ускорената дифузия на технологиите по света, в частност, комуникациите.“ [Council of Europe, КОМПАС: Наръчник..., глобализация]

Според Международния валутен фонд „Процесът, чрез който все по-свободното движение на идеи, хора, стоки, услуги и капитал води до интеграция на икономиките и обществата. Основни фактори за разпространението на глобализацията бяха увеличената либерализация на търговията и напредъкът в комуникационните технологии.“ [International monetary fund, (Международният валутен фонд), Glossary of Selected Financial Terms, Terms and Definitions].

Международният валутен фонд дава определение за глобализацията, в което тя е представена като „растяща икономическа взаимозависимост на страните по света в резултат от нарастващия обем и разнообразие на международните сделки със стоки, услуги и световния поток от капитали, а така също и благодарение на бързата и широка дифузия на технологиите“. [World Economic Outlook, May 1997, III, Meeting the Challenges of Globalization in the Advanced Economics]

Икономическата глобализация следва да се разглежда като обективен процес, започнал с увеличаване на икономическата взаимозависимост на страните по света, чиято крайна цел е „формиране на единно икономическо пространство в планетарен (световен) мащаб“. [Маринов, 2009, стр. 119]

Според Милтън Фридман глобализацията е „...безусловна интеграция на пазари, националности и технологии, до степен, която е била непредвидима преди...“ [Friedman, 2000, p.9]

Освен икономическите аспекти, в определението си за глобализация *Международната организация на труда* включва и нейното значение за трудовия пазар: „...процесът на бърза икономическа интеграция между различни страни, подтикнато от либерализация в търговията и инвестициите и ускоряване на технологични промени. В сравнение с миналото, глобализацията включва предприятия и работници от почти всички страни както в сектора на услугите, така и в производствения сектор. Глобализацията създава безпокойство в част от развитите страни, които се тревожат за конкуренцията на икономиките с ниско ниво на заплащане, докато компаниите в развиващите се страни се затрудняват при конкуренцията си със силните мултинационални компании.“ [*International labour organization*].

Според Световната здравна организация глобализацията се изразява в увеличената взаимосвързаност и зависимост на хора и страни и включва два зависими един от друг елемента:

- отварянето на границите за ускореното движение на стоки, услуги, финанси, хора и идеи и
- промените в институционалните и политическите режими на международно и национално ниво, за да се улесни и подпомогне това движение [*World health organization*]

Така представените дефиниции са малка и непредставителна извадка от множеството тълкувания на понятието, но базирайки се на тях може да бъде възприето виждането, че глобализацията следва да се разбира, като: *динамичен процес в развитие (към сегашния момент), в рамките на който се елиминира значението на административните структури и деления с цел оптимизиране на отношенията между заинтересованите субекти и реализиране на желаните цели – политически, икономически, корпоративни, социални и т.н.* Глобализацията следва да се възприема, преди всичко, като процес в развитие, а не като определено състояние, което трябва да бъде постигнато и което може да се характеризира с конкретни количествени и качествени показатели (параметри). *Глобализацията е процес, който се разгръща постепенно във времето и пространството, като преминава през различни степени на развитие. Глобализацията е пътят, който води към формирането на хомогенно световно пространство, което се изразя-*

ва в среда без ограничения от времеви и географски характер по отношение на цялата планета. Глобализацията е процес на качествена трансформация от едно качествено състояние към друго качествено състояние на света във всички аспекти.

Така представено явлението глобализация, налага да бъдат направени следните по-важни уточнения:

– **Глобализацията включва специфични въздействия върху различни общества.**

Тази характеристика на глобализацията се отнася до начина, по който тя ограничава избора, който може да бъде направен от различните участници в глобализационния процес – правителства, корпорации, домакинства и отделни индивиди.

– **Глобализацията включва процес на рефлексивност.**

Хората все по-често осъзнават, че много явления, които засягат живота им, имат глобални последици, т.е. за да бъде всеки индивид рефлексивен в световен мащаб се налага интегрирането на глобалните елементи в една идентичност и чувство за себе си, и всяко действие следва да бъде съобразено и премерено спрямо тези елементи – опазване на околната среда, международна благотворителност, корпоративна социална отговорност и т.н.).

– **Глобализацията включва процес на интензификация на човешките дейности и отношения.**

Интензификацията се отнася до огромния мащаб на съществуващите глобални отношения. Все повече и повече аспекти на живота ни са свързани, в една или друга форма, с места и народи в други части на планетата Земя (стоките на световния пазар се произвеждат, сглобяват и потребяват в различни точки по целия свят). Освен това, фактор за интензивните ни връзки със света са все по-големия брой договори и споразумения, които обхващат практически всички сфери на обществените отношения. В известен смисъл всички ние сме елементи на една все по-наситена глобална мрежа от глобални регулации.

– **Един от централните процеси за глобализацията е детериториализацията.**

Тази сложна концепция внушава идеята, че в условията на глобализацията, територията става по-малко значима за човешките отношения. Територии и граници са станали ирелевантни за такива взаимодействия, които поради тази причина са глобал-

ни по своя характер. Времето и пространството са компресирани чрез технологично създаване на виртуалното пространство на взаимодействие, неповлияно от фактора разстояние. Практически всяко явление от всекидневния ни живот придобива над-териториални качества. От финансовите потоци, през електронните комуникации до влошаването на околната среда, тероризъм [*Council of Europe*, КОМПАС: Наръчник, *Тероризъм*] и религиозен фундаментализъм [*Форум наука*, *Фундаментализмът*] и т.н. Всички области на живот се глобализират, доколкото те вече не са прикрепени към определени територии, но се развиват и влияят на транснационално равнище. Процесът на глобализация, като детериториализация, превръща света в едно обединено пространство, което ежедневно става все по-хомогенизирано.

– Глобализацията е набор от процеси на социална промяна.

Процесът на глобализация може да се определи като поредица от развиващите се промени в световен мащаб, които все още не са приключили. Процесите, които водят до глобалност във всяка една сфера, са многобройни и обхващат повечето области на обществения живот и човешките взаимоотношения като икономика, държавно устройство, култура, идеология, религия и т.н.

– Глобализацията създава нови модели на неравенство.

Някои групи хора се възползват от глобализационните процеси, но други нямат тази възможност. В този смисъл, глобализацията включва по-скоро взаимосвързаност, отколкото взаимозависимост. Двете понятия сами по себе си могат да бъдат дефинирани от перспективата на властовите отношения или по-точно посредством разпределението на властта. Взаимозависимостта внушава чувство за равенство (зависими един от друг). В случая на съвременната глобализация няма такова равенство. Глобалните отношения са асиметрични, каквато е и информацията в глобалното пространство. Някои страни са доминиращи (западните държави), други са подчинени (развиващите се страни). Различни групи и организации се опитват да влияят на правителства и корпорации, както и на други мощни институции, за моделиране на глобализацията според своята концепция и ценности. В резултат на това се появяват глобалните идеологии, за да осигурят интелектуални основания за подобни социални движения [Младенова Зоя, *Глобализация на икономиката и новата парадигма на развитието*].

Независимо от това как възприемаме глобализацията, концепцията е приета от академичната общност. Тя заема все по-важно място в социалните и хуманитарните науки, а дори и в природните и приложни науки, което има своята причина – невъзможно е да бъде разбран светът в началото на XXI в. без да се разбира глобализацията и нейните последици и проявления.

Глобализацията, като всеобхватен процес, се проявява в различни направления като ментална, културна, етническа, информационна, териториална, икономическа и прочие свързаности. Многообразието на посочените насоки на развитие на процеса идва да покаже, че глобализацията представлява обективен, необратим и вероятно много важен процес в съвременния свят, чийто основен смисъл е свободното движение на хора, ресурси и капитали през националните граници. Основните предпоставки за възникване на този феномен могат да се търсят в различни компоненти на единната световна история.

2. Предпоставки, провокирали появата на явлението глобализация

Както всяко явление, така и феноменът глобализация е следствие от обострянето на поредица от предпоставки, които провокират неговата поява и последващо развитие. Комплексните явления могат да бъдат обяснени само чрез комплексно разглеждане на причините, които ги провокират. Това е несъмнено, но всичко останало в дебата относно глобализацията е спорно. Националните икономики, като съставни елементи на световното стопанство, съдържат потенциала на глобализиращите се световни икономически процеси. Глобализацията е резултат от развитието на техните вътрешни характеристики и интернационализиращ потенциал. В същото време обаче, появата и динамиката на глобализиращите характеристики на международната икономика стават възможни при определени обстоятелства. *Затова глобализацията се разглежда винаги като процес, възможен и осъществяван посредством технически средства и иновации.*

В зависимост от различното разбиране за глобализацията се разглеждат и различни причини и движещи сили, провокирали нейната поява. Поради многообразието на факторите, провокирали първоначалната поява и последващото развитие

на глобализацията, част от по-важните фактори са представени в табличен вид. Таблицата представя най-често посочваните причини провокирали появата и последващото развитие на глобализацията, без да има претенции за изчерпателност (виж табл. №1 Причини-Проявления-Резултат на глобализацията).

Таблица 1 Причини-Проявления-Резултат на глобализацията

Причина	Проявление	Резултат
Технологични иновации	Информация и комуникация	Оптимизиране на информационния, стоковия и паричния обмен
Интернет (нагледния образ на глобализацията)	Световна мрежа за обмен на информация	Увеличаване на обема и минимизиране на времето за обмен на информация в световен мащаб
Краят на студентската война	Световен мир	Икономическо и технологично развитие
Формулирането на световен дневен ред, който включва глобалните проблеми, свързани с екологичното равновесие, глобалното затопляне, изхранването на населението и т.н.	Промени в климата от различно естество, като покачване на температурите, увеличаване на количеството на валежите и т.н. Формират се международни наднационални организации, институции и така наречените „глобални действащи лица“ (Global Players), като Грийн пийс, Амнести интернешънъл, Международен валутен фонд, Световната търговска организация, ООН и др.	Световната общност разбира силата на обединените усилия. Формират се международни наднационални организации и институции – глобализацията изисква националните правителства да съгласуват политиките помежду си посредством множество споразумения, които да включват както другите национални правителства, така и международни организации, големи интернационални компании и неправителствени организации. Това променя ролята на националната държава (Основната ѝ функция да провежда макроикономическата политика отслабва, а на нейно място се застъпват други – като уреждане на правата на собственост, гарантиране на свободната конкуренция, осигуряване на обществените блага и преразпределение на доходите). Необходимо е изграждане на нова институционална инфраструктура, която „да отчита както националните особености, така и интензифицирането на интеграционните процеси в световната икономика“. [Спасов, 2006]

<p>Изчерпаемостта на ресурсите</p>	<p>Оскъдност и недостиг на ресурси</p>	<p>Повишаване цената на ресурсите, търсене на алтернативни заместители</p>
<p><i>Отпадане на пространствено-времевите ограничения</i></p>	<p>Това е резултат на непрекъснатия прогрес в транспортните средства</p>	<p>Континентите, държавните граници и разстоянията губят икономическото си значение. Подвижността на стоки, капитали, пари, хора, информация и т. н. става най-мощният и значим фактор, качествено променящ националното и световното стопанство</p>
<p><i>Нововъведенията в информационните и комуникационните технологии</i></p>	<p><i>Интензивният обмен на информация и технологии</i> ускорява процеса на обединяване на глобално информационно пространство, което води до качествени и количествени изменения в придвижването, съхраняването и възприемането на информация, което променя икономическите процеси, като ги превръща в глобални</p>	<p>Създава се икономическо кибернетизирано пространство, което е съществено различно от териториалното. В него парите се движат със скоростта на електронния сигнал, а съвременните информационни технологии и модерните международни комуникации способстват за икономическата цялост на съвременния свят, изграждайки интернационална функционираща модерна пазарна инфраструктура. Чрез която всички икономически явления стават взаимозависими и част от новите глобални икономически процеси. Повишава се икономическата компактност, премахват се териториалните и времеви граници, което води до интензифициране на търговските и корпоративни връзки, като всичко това създава условия и за международно разделение на труда.</p>

<p><i>Новите енергийни източници, автоматизацията на процесите, биотехнологиите, наукоемкостта на съвременното производство и т. н. са техническата база и опора на глобализацията</i></p>	<p>Глобалното развитие на науката, от общите усилия на научно-изследователските центрове, които по същество стават глобални научни центрове за развитие</p>	<p>Реализира се техническата и технологичната глобализация в световната икономика. Създава се принципно нова материално техническа инфраструктура, базирана на иновативни технологични решения.</p>
<p><i>Либерализация на международната търговия</i></p>	<p>Поетапно премахване на търговските бариери между водещите икономики в света предизвиква силно увеличение на потока от стоки, преки инвестиции, различни финансови активи и капитал и работна сила</p>	<p>Ускорява се динамиката и мащаба на международния обмен, но едновременно с това се засилва и международната конкуренция, осъществява се преразпределение на ресурсите в световен мащаб и се активизира предприемаческата дейност</p>
<p><i>Утвърждаване на транснационалните корпорации (ТНК) като „глобален играч“</i></p>	<p>Транснационалните корпорации са новите играчи, които променят нормите и стандартите на социалната и икономическа политика, които все по-често се определят на наднационално равнище</p>	<p>Транснационалните корпорации излизат извън рамките на отделните икономически системи, осъществяват дейността си в рамките на няколко национални стопанства, като следват собствена стратегия за развитие, независимо от съответната държавна (национална) икономическа политика. Големият обем на сделките им значително увеличава капиталовите потоци в световен мащаб. В същото време водещите индустриални и търговски държави, които са и родоначалници на най-големите и мощни ТНК, имат решаващ глас в международните организации и защитават усилено корпоративните интереси [Спасов, 2006]</p>

<i>Развитие на международните икономически отношения (МИО) и световното стопанство</i>	Увеличаване на динамиката и обема на трансграничното сътрудничество	Обособява се комплекс от взаимосвързани наднационални икономически обединения, които формират новите правила в глобалното икономическо пространство
--	---	---

Без съмнение технологичните иновации, най-вече в информационната и комуникационната сфера, са играели и играят важна роля. В много отношения интернет представлява нагледния образ на глобализацията. Глобализирането на финансовите пазари, прехвърлянето на невероятни парични обеми буквално за секунди по целия свят, въобще не би било възможно без съвременните технологии.

Огромният ръст на търговията, което е друг централен елемент на икономическата глобализация, не на последно място произтича от силно намалелите разходи за транспорт и възможността стоките да бъдат транспортирани по-бързо и по-евтино. Това се отнася особено за сферата на услугите: продукти като софтуер или база данни могат за секунди да бъдат изпратени от единия край на света до другия.

Краят на студената война също често се посочва като един от ключовите ускорители на глобализацията. По време на конфликта Изток-Запад светът беше разделен на два лагера, които поддържаха малко връзки помежду си, докато „железната завеса“ не падна в годините след 1989/90. Страните от бившия „източен блок“ се отвориха към световните пазари. Все повече държави признават демокрацията и пазарното стопанство като основополагащи принципи за съвременните общества.

Решаваща роля – преди всичко на ниво съзнание, изигра и формулирането на глобалните проблеми – климатични изменения, замърсяване на околната среда и т.н. Тяхното решаване изисква интернационализиране на политиката и възпитават глобално съзнание. Организации като Грийнпийс или Амнести Интернешънъл, които се посвещават на такива глобални теми като опазването на околната среда или правата на човека, са „глобални действащи лица“ (Global Players). Това е признак за зараждането на нов модел на глобално общество (глобално съзнание).

Разбирането на глобализацията е пряко следствие от разбирането на нейните предпоставки, които провокират началото и последващото развитие на процеса на глобализация, и могат да бъдат представени в различна перспектива посредством разграничаването им в три групи:

– **Стремително развитие на научно техническия прогрес (НТП)**, техническите и технологични изменения, усъвършенстването на транспорта и съобщенията, особено въвеждането на информационни и комуникационни технологии (ИКТ) във всички сфери на стопанската дейност. Сумарното им значение се изразява, както отбелязват философите, в „компресията на време и пространството“ [Проданов, 2001]. Това е особено вярно за международните икономически отношения, тъй като технологичният фактор радикално променя ролята на фактора *време* и на фактора *място* в международната икономическа дейност. В продължение на дълъг период факторите *„време“* и *„място“* имат решаващо влияние върху международните икономически връзки: способстват за тяхното осъществяване или неосъществяване, предопределят географската им ориентация и т.н. Новите информационни технологии намаляват съществено зависимостта на икономическите контакти в световното стопанство от посочените фактори. Днес географската отдалеченост губи постепенно своето значение. Връзки могат да се осъществяват бързо, лесно и с минимални разходи с всяка точка от света. Намирането на доставчик или купувач на стоката, търсенето на бизнес партньор може да се осъществява в мащаба на цялата планета, при това без да напускаш офиса си. Намаляването на зависимостта на международните икономически отношения от пространствените и времеви ограничения означава, че независимо от запазването на политическите граници, реално се формира единно световно пространство, в което материално-техническите условия (новите глобални комуникации и усъвършенствания транспорт) придават на икономическите отношения глобално измерение.

– **Друга група предпоставки касае политиката на либерализация.** Либерализацията е процес по разширяване на възможностите за провеждане на стопанска дейност за стопанските субекти, както и премахването на някои ограничения, свързани с икономическата дейност. Например либерализацията на цени-

те се отнася до прехода от държавната ценова политика към свободна или пазарна цена. В момента процесите на либерализация в икономиката се наблюдават в много страни и се изразяват в намаляване на степента на регулиране на икономическите отношения и процеси от страна на държавата. Либерализацията може да бъде вътрешна и международна, т.е. да засяга интересите на една държава или на няколко държави [Business Time, Либерализацията]. Тя се провежда съзнателно и целенасочено от международните организации, на първо място от МВФ и ГАТТ (СТО) през целия период след края на Втората световна война, но получава силен тласък от неконсервативния ренесанс в областта на икономическите идеи от началото на 80-те години на XX в. Като следствие на тази политика непрекъснато се намаляват бариерите пред международното движение на стоки, услуги, капитали и хора, което интензифицира международните икономически връзки и усилва интеграцията на националните икономики в рамките на глобална икономическа система. Глобализацията на икономиката има още една важна предпоставка – крахът на социализма в края на 80-те години на XX в. Разпадането на социалистическата система слага край на разделянето на света на две икономически системи – пазарна и централно-планова, и позволи универсализация на стопанският живот. Днес принципите на пазара и конкуренцията господстват в световен мащаб. Преобладаващата икономическа реалност е пазарната икономика, с малки изключения. В някои страни все още съществува силно влияние от страна на държавата, която поощрява и финансира точно определени проекти, но позволява свободни пазарни отношения и не оказва директен контрол върху производството. Такава организация на националното стопанство се класифицира като *пазарно-планова икономика*. Предимствата на тази система са, че безработицата се свежда до абсолютен минимум. Организацията за осъществяването на големи проекти е много по-бърза и прецизна, и често се поддържа на лош стандарт на живот. Отрицателните страни са неефективното разпределение на ресурсите и несъобразяване с търсенето на определени стоки на пазара. В Китай, Виетнам и Лаос е налице съществуването на пазарни механизми, съчетани с организация на производството от страна на държавата. Единствените страни с изцяло планова икономика днес са Северна Корея, Куба, Либия, Ми-

анмар, Иран и Саудитска Арабия. От гледна точка на системните ѝ характеристики, глоболизиращата се икономика – това е глоболизиращата се пазарна икономика. *„Триумфът на пазара над плана затвори главата на съществуване на системно разнообразие и откри началото на нов епизод на универсална конвергенция около модела на пазарната икономика.“* – посочват Р. Козул-Райт и Р. Роутърн в книгата си *Транснационалните корпорации в световната икономика.* [Kozul-Wright, R. and R. Rowthorn, 1998]

Краят на социалистическата система е предпоставка с ключово значение за разгръщането на процеса на глобализация. Оставайки на страна политическото, военното и идеологическото разделение и противопоставяне на двете системи – социализма и капитализма, те почиват върху различни икономически принципи. Макар че между тях се развиваха разнообразни икономически връзки и отношения, за интеграция помежду им не бе възможно да се говори – нито тогава, нито в един бъдещ период. Ето защо, ако икономическите реалности от 80-те години на миналия век се бяха запазили, днес глобализация в истинския смисъл на тази дума не би била възможна. Разпадането на световната социалистическа система способства за разпространението на универсалните пазарните принципи в цялата световна икономика, интензифицира международните икономически връзки и откри ерата на глобализацията.

Глобализацията, като сложен феномен има многоаспектен образ, освен причините провокирали появата и последващото ѝ развитие, неин съществен елемент са т.н. съвременни симптоми на глобализацията.

3. Симптоми на глобализацията

Симптомите на глобализацията са особено красноречиви през 70-те и 80-те години на миналия ХХ в., когато се осъществява така нареченият глобален икономически бум. Те могат да се представят в следните по-важни направления:

3.1. Производственият процес все повече се превръща в глобален. Потвърждават го транснационалното вътрешнофирмено производство, регионално обособените възпроизводстве-

ни процеси, динамично развиващото се международно промишлено коопериране и т.н. Националният възпроизводствен процес е силно зависим от производството в глобален мащаб. С разширяването на световните производства и изграждането на световните производствени мрежи, националните започват да губят своето значение. Констатира се, че глобалното производство стимулира ефективното използване на ресурсите, в резултат на което се оптимизират обемите на националните производства и глобалния пазар.

3.2. В глобализиращото се световно стопанство капиталът няма определено местопребиваване - точна локация. Той се превръща в глобален и адекватно съответства на своята изначална космополитна същност. Мястото и времето за неговото инвестиране се определя от конюнктурата на глобалните икономически процеси, което конкретизира стремежа за глобално извлечени изгоди. Финансовите потоци приемат характеристиката на глобални. Те се реализират на глобалните финансови (валутни, капиталови, кредитни) пазари, необвързани директно с националната финансова среда и в голяма степен движещи се извън контрола на националните правителства. На единния глобален финансов пазар участват привидно национални икономики и привидно национални икономически субекти, но като водещи играчи се обособяват ТНК, които имат водеща роля. Той е зает от виртуални пари в ликвидни, портфолио инвестиции, и претрупан с огромни спекулативни сделки.

3.3. Глобалните пазари (стокови, финансови, трудови и т.н.) са съществена характеристика на глобалната световна икономика. Може да се твърди, че икономическата глобализация представлява процес на по-пълно сливане на пазарите в световната икономика. Националните пазари вече не съставят съвкупността на световния пазар, те са елемент и интегрални звена на глобалния световен пазар. Върху тях оказват влияние глобално формираните международни цени. Националната ценова структура е зависима от тях. Глобалните пазари формират и процеса на глобалната конкуренция. Затова стратегическа цел на всяка организация е глобалната конкурентоспособност. Защото

е безспорно, че оцеляването не зависи от националните критерии за конкурентност, а от съответствието спрямо зададените от световните лидери стандарти. Така глобалните пазари реализират процеса за глобално преследване на печалба. Наличието на глобални пазари съответно определя необходимостта от глобалната стратегия за либерализиране на глобалната търговия.

3.4. Глобалната световна икономика се идентифицира и със синхронизацията на стопанския цикъл и формирането му като глобален. В глобалното световно стопанство международните икономически отношения съществено се променят и играят ролята на съвършени трансмисии с циклични колебания. Такива са международното разделение на труда, динамиката на международната търговия, миграцията на работната сила, ТНК и преките външни инвестиции и т.н. Всички те безпроблемно осъществяват международното пренасяне на циклични колебания от една икономика в друга и изравняват националните стопански конюнктури. Така фактически се осъществява единна световна циклична икономическа динамика.

3.5. Съвременната инфлация също притежава характеристиките на глобално явление. И това е така, защото силно обвързаните икономически процеси в глобалното стопанство спомагат бързото ѝ пренасяне от една страна в друга. Интернационализацията на инфлационните процеси се стимулира от динамиката на външната търговия, от процесите на единния валутен пазар, със свободно плаващите валутни курсове, от взаимозависимите ефекти на една национална парична политика върху икономиката на друга страна и т. н.

Краткото изброяване на индикаторите на глоболизиращото се световно стопанство е достатъчно за констатацията, че съвременният бизнес има планетарно измерение. Все по-трудно става на съвременните компании да определят своите мащаби в национални граници и в структурата на националната икономика. Все повече техните бизнесрешения са глобално мотивирани. Националните икономики, силно зависими в глобалното стопанство, се превръщат в негови интегративни елементи. Та-

ка са проявява процес, с който престава да съществува разлика между вътрешна и външна макроикономическа политика, с който все по-настойчиво се налага наднационална синхронизация на икономическите политики. Икономическото благосъстояние в отделните страни все повече е зависимо от глоболизиращите се световни икономически процеси и все по-малко зависи от национални регулации и политически решения.

4. Видове глобализация. Все повече държави участват в този всеобхватен процес. Всички сфери на живота на световното общество се променят. Формите на глобализация се определят от преобладаващите страни на живота на хората, а първата е икономическата, която се състои в разширяване на търговските, икономическите и финансовите връзки. Почти всички страни по света са изпитали отрицателните последици от последните няколко финансови кризи³. В политическата сфера се създават стабилни връзки между държавите и отделните институции на властта. Освен това има сливане на бизнес култури от различни народи.

Глобализацията, като сложен социален феномен, може да бъде класифицирана в няколко групи:

* **Неолиберална глобализация** – интернационализация на многоаспектния международен живот на човечеството на основата на (нео)либералните разбирания за пазарна икономика в световен мащаб – израз на теорията за мондиализма.

* **Монополистическа глобализация** – интернационализация на международния живот на основата на англо-саксонските (главно американски) разбирания за политика, икономика и ценностни системи в интерес на капитала.

* **Просвещенска глобализация** – интернационализация на международния живот на основата на формиране на единно глобално законодателство, при което субектите (включително и най-вече индивидите) се извеждат като послушници на съвременната цивилизация.

³ Финансовата криза от 2007-2008 година се смята за най-жестоката криза след Голямата депресия, засегнала финансовите пазари в световен мащаб. Началото ѝ тръгва от имотния балон, който се „надува“ в Щатите и води до колапса на една от най-големите инвестиционни банки в света – Lehman Brothers

* **Етническа глобализация** – интернационализация на основата на международния живот, на основата на дейността и засилване влиянието на диаспорите и етническите общности. Свързана е с явлението и процеса на миграция, които имат силно влияние върху цялата система на международните икономически отношения.

* **Криминална (мафиотска) глобализация** – интернационализация на международния живот на основата на дейността на мафиотски субкултури, водещо до формиране на глобално криминално пространство. Тече процесът на т. нар. Регионална виртуална глобализация на криминалния бизнес, в който участват етнически общности и диаспори. Появяват се транснационални криминални организации.

* **Икономическа глобализация** – интернационализация на международния икономически живот, пречупен през призмата на гео икономическите войни за разпределение и преразпределение на ресурсите. Целта на икономическата глобализация е формиране на гео икономическо пространство, в което се създават условия за многократно ускоряване движението и обращаемостта на виртуалния капитал, трансферирането на нови знания под формата на иновации и високи технологии.

* **Креативна глобализация** – интернационализация на международния живот в областта на иновациите и високите технологии.

Друго разграничаване на видовете глобализация представя три сегментно деление, което включва икономическа, политическа и културна глобализация.

– **Икономическа глобализация.** Това е основната закономерност на световното развитие. С оглед на световната ситуация се определя секторната структура, местоположението на производителните сили, превръщането на технологиите и информацията в общо икономическо пространство. Глобализацията на икономиката се изразява и посредством нарастването на международната търговия, изпреварващо растежа на брутния вътрешен продукт.

– **Политическа глобализация.** Намира проявление в централизирането на субектите на управление. Националните държави отслабват, суверенитетът им се променя и намалява. Гло-

бализацията в политиката води до увеличаване на ролята на големите транснационални корпорации и с това регионите все повече оказват влияние върху вътрешните работи на държавите. Един очевиден пример е Европейският съюз, който определя важноста на регионите и тяхната роля в рамките на общността.

Културна глобализация. Този процес е вторичен, хората постепенно изоставят националните традиции, преминават към универсални стереотипи и културни ценности. Културната глобализация засяга всички области на живота – от училище до забавленията и модата. Навсякъде по света те започнаха да се обличат грубо по същия начин, както и да прекарват свободното си време и да се влюбват в ястията, идващи от кухнята на други народи. Книгите се превеждат на няколко езика, а филмите са достъпни в почти всяка страна. Едно типично за този процес проявление е коучсърфингът (Couchsurfing). За да обиколят света, да се запознаят с обичаите и културата на другите народи, хората да канят хора в домовете си и също да посещават напълно непознати хора в която и да е друга точка на планетата. Думата се употребява в смисъл на практиката човек да се мести от една приятелска къща към друга, ношувайки на наличното свободно място като под или диван. Това обикновено става в рамките на няколко дни, преди практикуващият коучсърфинг да се премести. [*Аерохроники, Коучсърфинг*]. Това се насърчава от интернет мрежата, благодарение на която хората имат възможност да общуват с представители на други националности, да обменят опит и знания.

Заключение

По своята същност глобализацията представлява съвкупност от трансформации на икономиката на различни равнища, промяна в принципите и правилата на поведение, т.е. съвременните процеси на икономическа трансформация и глобализация са неделими по своя характер, допълват се и се интензифицират. Това налага необходимостта от нова теоретична парадигма, която да излезе извън рамките на националната икономика и да отразява всеобхватните глобални процеси.

Процесът на глобализацията е сложен, динамичен и многоаспектен. Често в специализираната литература, изследователите фокусират изследванията си върху някое от измеренията

на процеса, но по своята същност той обхваща всички сфери на съвременния живот. Примери за многобройните измерения на глобализацията безпроблемно могат да бъдат намерени във всекидневната преса, като все пак икономическото измерение стои на преден план спрямо останалите.

– **Икономическо измерение.** Това именно е измерението, което винаги излиза на преден план, като най-лесно разграничимо. Икономическото измерение на глобализацията се проявява в

- ✓ големия ръст на търговията и преките инвестиции,
- ✓ глобализацията на финансовите пазари,
- ✓ транснационално интегрираното производство,
- ✓ транснационалните предприятия,
- ✓ конкуренцията между държавите и регионите за привличане на бизнес инвестиции,
- ✓ отслабване ролята на националните икономики,
- ✓ свободна търговия,
- ✓ свободно движение на капитали и хора,
- ✓ преразпределение на различни отрасли на промишлеността между различни страни,
- ✓ нарастващ ръст на влияние на финансовия капитал сравнен с търговския и промишления,
- ✓ възникване на нови „финансови инструменти“, нарастване на данъчните облекчения за бизнеса;
- ✓ отслабване на държавността;
- ✓ създаване на силни международни организации, като МВФ, Световна банка, СТО и други.

Измерение околна среда. Екологичните проблеми като затоплянето на земната атмосфера [Сиракова, Глобалното затопляне, стр.205], озоновата дупка или изсичането на тропическите гори по най-впечатляващ начин онагледяват глобализацията, защото тук безспорно става дума за световни проблеми, за чието решаване има нужда от глобален подход. Въпреки това, естествено, съществуват също и регионални и местни проблеми в сферата на околната среда дори и когато преминават съответните държавни граници, като например замърсяването на реките. Други зависимости, неограничени от пространство и време, проличават например във факта, че оцеляването на малките островни държави, обединени в организацията Алиан-

сът на малките островни държави (AOSIS), е застрашено и зависи от по-нататъшно покачване на морското равнище, т.е. от миналото и бъдещото поведение на всички, особено на хората от високоразвитите индустриални държави. Затова не е чудно, че именно на тези проблеми беше посветена първата от поредицата световни конференции през 90-те години – Конференцията за околната среда и развитието, в Рио де Жанейро през 1992 година. Сериозните климатични промени, като глобалното затопляне, озоновата дупка, замърсяването на въздуха, водата и почвата, нарастване на опустиняването, загубата на биологично разнообразие, различните природни катаклизми – пожари, наводнения, земетресения, изригване на вулкани, урагани и др., всички те изискват обединение на усилията на глобалното общество за справяне с последствията и предотвратяване на нови поражения.

– **Обществено измерение.** Светът се превръща в „глобално село“ [*Digital Art Dictionary*, Маршал Маклуън], към традиционните обществени единици, като семейството и близкото обкръжение, се появяват нови по вид комуникационни общности, като Chat, E-Mail, Twitter, Facebook, Viber, WhatsApp и др., които постепенно изместват традиционните комуникационни пространства и канали. Това е само един пример от общественото измерение на глобализацията.

Културно измерение. Културният аспект на глобализацията се проявява в новите форми и модели на общуване в съвременното общество. Появяват се нови по вид комуникационни общества (Chat, Skype, Facebook, E-Mail), които променят формите и моделите на комуникация, водят до загуба на традиции и обичаи, застрашават от изчезване местни и регионални култури и т.н. Холивудските продукции се гледат в цял свят и не може да се отрече „американизирането“ на културата, но това не означава, че местните и регионалните култури изчезват напълно. Напротив – именно специалното внимание към тези култури е едно от явленията, които придружават глобализацията, затова в дебатите се появи и понятието „глокализирани (Възможност за генериране на дивиденди от глобалното производство, търговия, маркетинг, реклама и т.н., за да се задоволят потребностите на локалните пазари)“ [Григорова, 2016].

– **Политическо измерение.** Политиката трябва да се бори с огромни проблеми и предизвикателства. Глобализацията и конкуренцията ограничават полето на действие на националните политики, като много от проблемите могат да бъдат разрешавани само на международно наднационално равнище. Политиката, която продължава да е организирана предимно териториално и в рамките на националната държава, „крета“ след все по-глобално организираната икономика, която преодолява границите и материалните ограничения. Ограниченото поле на действие на националните политики и засилващата се социално-държавна ограниченост, налагат търсенето на нови политически формати и трибуни за адекватно представителство на обществените интереси на съвременното общество.

Влиянието на глобализацията в икономическата сфера се свързва с развитието на капитализма като водеща икономическа система, често базирана на вярата в саморегулиращите се пазари. Глобализацията води до развиване на икономическата свобода и се твърди, че е повишила стандартите на живот по света дори когато пропастта между богати и бедни нараства в относително изражение. Глобализацията е свързана с развитието на международната търговия и глобалното разпространение на стоки и услуги чрез намаляване на бариерите пред международната търговия, като митнически тарифи, експортни такси и импортни квоти, а така също и ограничаване на движението на капитала и инвестициите. Глобализацията ускори процесите на аутсорсинг и офшоринг. Транснационалните корпорации могат да използват интензивно малки и средни предприятия на най-ниската възможна цена на световно ниво благодарение на аутсорсинга. За малките и средните предприятия може да е трудно да се съпротивляват на глобалната конкуренция и да осигурят правата на работниците си. ТНК трудно могат да бъдат държани отговорни за нарушаването на човешките права, когато корпорацията официално се намира в една страна, а извършва дейността си в друга.

Глобализацията също има влияние върху приватизацията на комуналните предприятия и услуги като вода, здраве, сигурност, и дори управление на затворите. В последно време други стоки,

като семена и лекарства, се включват в търговските междудържавни споразумения.

Глобализацията допринесе за появата и развитието на корпоративната социална отговорност и загрижеността за отчетността на недържавните организации, като транснационалните корпорации, за последиците от техните действия, които често имат негативно въздействие върху околната среда, върху общностите и т.н. Днес може също да се отчете и увеличаване на компаниите, разработващи норми за поведение за своите служители. Потребителските бойкоти накараха транснационалните компании да бъдат по-внимателни към социалната отговорност и риска за собствената си репутация.

Каквото и да се каже за глобализацията днес, то следва да се отнася към сегашния момент, защото тепърва предстои този социален феномен да се разгърне в своята цялост.

ЛИТЕРАТУРА

Библиотеке по педагогике, (Овид Декроли): <http://pedagogic.ru/pedenc/item/f00/s00/e0000651/index.shtml>, достъп на 20.05.2019 г.

1. Григорова З., 2016. ТРАКИЙСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН – МЕЖДУ ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА И ГЛОКАЛИЗАЦИЯТА. АИ ВУАРР, Пловдив, Годишник на ВУАРР, том 3 от 2015, с. 58, ISBN 978-619-203-162-6, Виж: <file:///C:/Users/Vanya/Downloads/18-3-PB.pdf> достъп на 26.05.2019 г.

2. *Европейски съюз*, виж по-подробно по този въпрос: https://europa.eu/european-union/index_bg, , достъп на 20.05.2019

3. ИНТЕРНЕТ - БГ

4. *Култура*, „Маршал Маклуън (1911-1980): Аз не винаги съм съгласен с това, което казвам“, Виж по-подробно по този въпрос: Маршал Маклуън, <http://newspaper.kultura.bg/bg/article/view/18550>, достъп на 20.05.2019 г.

5. *Маринов, В.* Относно глобалното управление на международната икономическа система. Годишник на УНСС, С., 2009, стр. 119, http://yearbook.unwe.bg/uploads/Yearbook/Yearbook_2009_No3_V%20Marinov.pdf, достъп на 21.05.2019 г.

6. *Младенова Зоя*, *Глобализация на икономиката и новата парадигма на развитието*, Виж по-подробно по този въпрос: file:///C:/Users/Vanya/OneDrive/КнлгЛ_УчЕвНлци_2019/СеНи_2019/3_GI_Ikonomika/3_1_prof_Zoia_Mladenova_Globalizaciq-ikonomika.pdf, достъп на 20.05.2019 г.

7. *Проданов В.*, Глобализацията на Homo Ludens, Материали от XVIII годишна научна сесия, 11-14 юни 2000 г., Несебър, С., 2001 г., стр.45-46

8. *PONS*, *Онлайн речник*, <https://bg.pons.com/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%B1%D1%8A%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8/globe>, достъп на 14.05.2019 г.

9. *Сиракова, Маргарита*, „Глобалното затопляне“, стр. 200-205, Виж по-подробно по този въпрос: <http://www.phys.uni-sofia.bg/upb/old/C14.PDF>, достъп на 20.05.2019 г.

10. *Спасов, Тр.*, Пазарна трансформация и конкурентоспособност на преходните икономики, УИ „Стопанство“, София, 2006, стр. 113.

11. *Форум наука*, *Фундаментализмът*, <https://www.forumnauka.bg/topic/8244-%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B0-%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B5%D>

0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D1%84%D1%83%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC/, достъп на 20.05.2019 г.

12. *Amnesty International*, (Амнести интернешънъл), Виж по-подробно по този въпрос: <https://www.amnesty.org/en/>, достъп на 21.05.2019 г.

13. **Business Time**, **Либерализацията**, <https://btimes.ru/dictionary/liberalizatsiya>, достъп на 21.05.2019 г.

14. *Council of Europe*, КОМПАС: Наръчник за обучение по правата на човека за младежи, <https://www.coe.int/bg/web/compass/migration>, достъп на 23.05.2019 г.

15. *Digital Art Dictionary*, Маршал Маклуън, Виж по-подробно по този въпрос: [http://www.da-fest.bg/DADict/index.php?title=%D0%9C%D0%90%D0%9A%D0%9B%D0%A3%D0%AA%D0%9D,%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%88%D0%B0%D0%BB_\(MCLUHAN,_Marshall\)](http://www.da-fest.bg/DADict/index.php?title=%D0%9C%D0%90%D0%9A%D0%9B%D0%A3%D0%AA%D0%9D,%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%88%D0%B0%D0%BB_(MCLUHAN,_Marshall)), достъп на 26.05.2019 г.

16. *Global Translations Business Services*, *Globalisation*, 2017, <https://evs-translations.com/blog/bg/globalizacija/>, достъп на 15.08.2019 г.

17. *Greenpeace*, *Гриин пиис*, Виж по-подробно по този въпрос: <https://www.greenpeace.org/international/>, достъп на 21.05.2019 г.

18. *International labour organization*, (Международна организация на труда), виж по-подробно по този въпрос http://www.ilo.org/Search5/search.do?sitelang=en&locale=en_EN&consumercode=ILOHQ_STELLENT_PUBLIC&searchWhat=%D0%B3%D0%BB%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F&searchLanguage=en, достъп на 21.05.2019 г.

19. *International monetary found*, (Международният валутен фонд), Glossary of Selected Financial Terms, Terms and Definitions, виж по-подробно по този въпрос: <https://www.imf.org/external/np/exr/glossary/showTerm.asp#91>, достъп на 20.08.2019

20. *International monetary found*, (Международният валутен фонд), виж по-подробно по този въпрос: <https://www.imf.org/external/russian/index.htm>, достъп на 21.05.2019 г.

21. *Kozul-Wright, R. and R. Rowthorn, TNC and the Global Economy*, The United Nations University, WIDER, 1998, p. 2.

22. *Kozul-Wright, R. and R. Rowthorn, TNC and the Global Economy*, The United Nations University, WIDER, 1998, p. 2.

23. *Lexico, powered by Oxford*, <https://www.lexico.com/en/definition/globalizationq>, достъп на 20.09.2019 г.

24. *Market socialism, The Debate among socialist*, <https://epdf.tips/market-socialism-the-debate-among-socialists.html>, достъп на 26.05.2019 г.

25. *Parliamentary Assemble of the European Union*, (Парламентарна асамблея на Съвета на Европа), виж по-подробно по този въпрос: <http://assembly.coe.int/nw/Home-EN.asp>, достъп на 25.05.2019 г.

26. *The Globalization of Markets by Tedor Leveitt*, виж по-подробно по този въпрос: <https://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets>, достъп на 20.05.2019 г.

27. *The Word bank*, (Световна банка), виж по-подробно по този въпрос: <https://www.worldbank.org/>, достъп на 21.05.2019 г.

28. *Towards new Education by M.K.Gandhi*, Edit by Brahatan Kumarappa, (Към новото образование), виж по-подробно по този въпрос: https://www.mkgandhi.org/ebks/new_edu.pdf, достъп на 20.05.2019 г.

29. *World trade organization*, (Световната търговска организация), Виж по-подробно по този въпрос: <https://www.wto.org/>, достъп на 21.05.2019 г.

30. *World Economic Outlook*, May 1997, III, Meeting the Challenges of Globalization in the Advanced Economics, стр. 45, виж.: <https://www.imf.org/external/pubs/WEOMAY/chapter3.pdf>, достъп на 21.05.2019 г.

31. *World health organization*, (Световна здравна организа-

ция), виж по-подробно по този въпрос: <https://www.wto.org/>, достъп на 15.05.2019 г.

32. *World trade organization*, (Световна търговска организация), виж по-подробно по този въпрос: <https://www.wto.org/>, достъп на 21.05.2019 г.

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Ваня Хаджиева е доктор по икономика и гл. ас. към департамент „Администрация и управление“ на НБУ, членува в Асоциация на преподавателите по икономика и управление в индустрията, Съюз на икономистите в България, Асоциация на контролерите в България. Научни интереси в областта на борсовите пазари, стоковите борси, пазарните регулации, ценовите теории и практики и др. Автор е на учебник „Контролинг концепция“, както и на редица статии, между които: Внедряване на контролинг концепцията в процеса на изграждане на публични политики, Устойчивото развитие на горските екосистеми посредством борсовия механизъм, Цената, като обективна икономическа категория и др.

ОТРАЖЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ СТОПАНСКИ КРИЗИ ВЪРХУ ИКОНОМИЧЕСКИ СЕКТОРИ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ПЕРИОДА 2008-2017 ГОДИНА

Гл. ас. д-р Даниела Йорданова

*Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“,
Стопански факултет, катедра „Стопанско управление“*

Анотация: Целта на настоящото изследване е да се извърши проучване и анализ на отражението на международните стопански кризи върху икономическите сектори у нас. В тази връзка се изследва динамиката на брутната добавена стойност по икономическите сектори в България и отражението на световната финансова криза върху тях. Изследва се периодът 2008-2017 г. Методологията на изследване се изразява в анализ на изменението на брутния вътрешен продукт през периода. Приложена е система от абсолютни и относителни показатели за измерване на скоростта му на изменение.

Ключови думи: България, икономически сектори, международни кризи

IMPACT OF THE INTERNATIONAL ECONOMIC CRISIS ON ECONOMIC SECTORS IN BULGARIA BETWEEN THE PERIOD 2008-2017

Assist. Prof. Daniela Yordanova, Ph.D

*St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo,
Faculty of Economics, Department of economic management*

Abstract: *The aim of the present study is to investigate and analyze the impact of international economic crises on the economic sectors in our country. In this connection, the dynamics of the gross value added on the economic sectors in Bulgaria and the impact of the global financial crisis on them are examined. The survey period 2008-2017 is examined. The survey methodology is expressed in an analysis of the change in gross domestic product over the period. A system of absolute and relative metrics is used to measure its rate of change.*

Key words: *Bulgaria, economic sectors, international crises*

Целта на настоящото изследване е да се извърши анализ на динамиката на brutната добавена стойност по икономическите сектори в България и отражението на световната икономическа криза върху тях. Изследва се периода 2008-2017 г. Методологията на изследване се изразява в анализ на изменението на brutния вътрешен продукт през периода. Приложена е система от абсолютни и относителни показатели за измерване на скоростта му на изменение.

Динамиката на brutната добавена стойност общо за всички икономически сектори се измерва чрез brutния вътрешен продукт. В тази връзка за реализиране на целта се поставят следните задачи:

1. Да се направи теоретичен обзор на причините за кризите и как те влияят върху икономическите сектори у нас.
2. Да се направи анализ на изменението на brutния вътрешен продукт през динамиката на brutната добавена стойност по икономически сфери.
3. Да се приложи система от абсолютни и относителни показатели за измерване скоростта на изменение на brutния вътрешен продукт.

Обект на изследване е brutната добавена стойност по икономическите сектори у нас. Използвани са база данни от Инфостат на НСИ за периода 2008-2017 г.

Предмет на изследване е динамиката на brutната добавена стойност по икономически сектори у нас.

Тезата на настоящото изследване е, че последиците от финансовата кризата освен отрицателни, могат да бъдат и с положителен ефект.

По отношение на влиянието от световната финансова криза, биха могли да се изследват и други индикатори за влияние на кризата, като например динамиката на заплащане на труда и др.

Настоящото изследване се реализира чрез методите на теоретичен и сравнителен анализ, методите на анализ и синтез.

1. Теоретичен обзор на причини за кризите

Съществува причинно-следствена връзка между рисковете и причините за кризисните ситуации: рискът е следствие от определена причина, която от своя страна е следствие от друга причина и т.н. Развитието на събитията по схемата „риск – причини – кризисна ситуация – нежелани последствия“ е логичен процес на реализиране на потенциалната опасност от криза и реални щети [26].

Скоростта и методите за преодоляване на кризата до голяма степен зависят от това, което я причинява и колко бързо ще бъде открита причината.

Кризите трябва да се оценяват не само поради симптомите, но и поради техните *причини* – външни или вътрешни. Външните причини за кризите се проявяват извън рамките на една организация като: състояние на икономиката, състояние на индустрията, към която принадлежи организацията. Вътрешните са тези, които се проявяват в самата организация: некомпетентност на ръководството, забавяне в развитието на организацията, неконкурентна позиция на пазара, проблеми в областта управление на персонала, скъпо производство, пренебрегване на финансовата функция, неефективна информационна система и др. [31]. Тези причини следва да се третират като спомагащи инструменти при анализа на организацията. Те отчитат, че всяка организация, заедно със своите процеси, продукти, история и служители, представлява своеобразна система и следователно трябва да се изучава като такава.

Въпреки че външните причини играят ключова роля за поява на кризи, в много случаи те се появяват в рамките на самата организация. Вътрешните причини могат успешно да се елиминират чрез вътрешни корекции.

В научната литература се изтъкват немалко причини, водещи до организационни кризи.

Според М. Паунов някои от най-разпространените причини за организационен стрес са свързани с игнориране на небла-

гоприятните последици за печалба поради прекалено агресивни опити да се спечели пазарен дял [19].

Н. Минчев твърди, че вътрешнофирмените характеристики определят поведението и функционирането на всяко предприятие [17]. Според него бизнес средата (външното обкръжение) също има определящо значение. Конкурентоспособността на едно предприятие може да се разглежда като резултат от взаимодействието между бизнес средата и вътрешно фирмените характеристики.

Производителността на труда очертава конкурентоспособността на всяка една организационна единица, отрасъл, страна. Тя предизвиква както положителни, така и отрицателни нагласи [22].

Причините за криза в организациите от посочените икономическите сектори могат да бъдат: общ спад на пазара, неправилно избрана стратегия за развитие и неефективно управление. Независимо от това, универсалните инструменти, използвани за извеждане на организациите от криза са: намаляване на разходите, насърчаване на продажбите, оптимизиране на паричните потоци, повишено внимание към длъжници и реструктуриране на задълженията.

За предприятията от изключителна важност са кадрите, с които разполагат, като това се отнася както за работниците, така и за мениджърите. Професионално обученият персонал допринася за по-ефективната фирмена дейност [24].

Проучване, извършено през 2011 г. от световни компании за връзки с обществеността и комуникации и за пазарни проучвания във връзка с подготовката за кризи показва, че основните бариери за подготовка на план, са безразличието и цената. По-конкретно, резултатите от интервюираните ръководители показват следните факти: [34]

- ✓ 33% смятат, че планът за криза ще бъде рядко необходим;
- ✓ 18% считат, че ще бъде твърде трудно да се създаде или управлява план;
- ✓ 14% смятат, че ще бъде твърде скъпо изготвянето на план;
- ✓ 13% смятат, че има други въпроси, които са с по-висок приоритет.

В проучването се посочват най-честите причини, посочени за криза в организациите:

- ✓ 31% посочват противоречиво развитие на компанията (съкращения);
- ✓ 20% посочват логистични трудности (транспорт, проблеми с доставката);
- ✓ 19% посочват безопасността на продукта (дефектни или замърсени части);
- ✓ 18% смятат технически аварии (експлозия);
- ✓ 16% посочват проблеми с онлайн сигурността.

Въпреки това експерт по управление на кризи установява, че по-вероятно е истинските причини за кризи да бъдат: човешка грешка; лошо планиране; неетично поведение; липса на култура, лидерство и обучение [35].

В практиката на други компании в процеса на развитие на финансовата криза се разграничават четири основни етапа: [41]

- Намаляване ефективността на използване на капитала, на рентабилността и абсолютните стойности на печалбата.
- Появата на нерентабилно производство.
- Липса на собствени средства и резервни фондове.
- Рязък спад в платежоспособността на организацията.

Често тези етапи са съпроводени със значително намаляване на производството поради факта, че част от оборотния капитал се използва за обслужване на увеличените задължения. Това състояние на несъстоятелност показва, че организацията няма възможност да финансира производството си и да извършва плащания по предишни задължения. В този случай е налице реална заплаха от спиране на производството, а след това и фалит. За да се сведат до минимум шансовете за криза и несъстоятелност, мениджърите може да използват различни инструменти за оценяване на рисковете на дадена организация.

Една от възможностите за предотвратяване на несъстоятелност е своевременното откриване на симптомите и причините за финансова криза още в началните етапи чрез кризисна диагностика. Тя прилага различни подходи за оценка на състоянието на организацията и идентифициране на възможните симптоми и причини на кризата [37].

Диагностицирането на криза е от съществено значение за определяне на нивото ѝ, което ще доведе до по-нататъшни решения при избор на средства и ресурси за възстановяване на организацията.

Според Анастас Кехайов „диагностиката ще разкрие проблемите на развитие и жизнеспособността. Тези проблеми се подреждат, за да се прецени кои имат критично значение“ [13]. Според него обхватът на диагностиката може да е следният: фирмени дейности и функции, ресурси, контролируема външна среда и неконтролируема външна среда, финансов анализ.

2. Поглед върху световната икономическа криза и нейното отражение

Кризите се считат за отрицателни промени в икономиката, политиката, сигурността и околната среда особено когато те се случват внезапно и без предупреждение. Кризата се проявява на различни равнища и има различни измерения в социално-икономическото, политическо, екологично и военно развитие на дадена обществена система [36].

Финансовата криза от 2007–2008 г., известна още като световната финансова криза, се смята от много икономисти за най-тежката след Голямата депресия от 30-те години на XX в. [32]. Тя започва през 2007 г. с криза на пазара на високорискови ипотечни кредити в САЩ и се превърна в пълна международна банкова криза с разпадането на инвестиционната банка Lehman Brothers на 15 септември 2008 г. [39].

Прекомерното поемане на риск от банките доведе до увеличаване на финансовото въздействие и до икономически спад в световен мащаб. Причина за това са ипотечните заеми, които се оказаха източник на големи загуби за финансовата сфера. От друга, страна това е липсата на механизъм от адекватни и бързи мерки за спиране на кризата в този сектор от страна на централните банки и правителствата [46].

Още през 60-те години, когато зачестяват кризисните явления, започва да се изследва тяхното влияние върху организациите. Световният мащаб на тяхното проявление оказва съществено влияние върху необходимостта от изследването и управлението им.

Световната финансова криза, започнала през 2008 г., продължава да представлява интерес за специалисти и мениджъри и днес.

През последните години пред управленската наука и практика се появяват нови предизвикателства, свързани с външно-организационната среда, които могат да бъдат определени като подпомагачи или заплашващи управлението на организациите.

Такива са: появата на глобалната конкуренция; новите технологии и иновации; активната роля на организации и съюзи и членството в тях; цикличното влизане и излизане от кризи; нарастващата бедност и безработица; подкопаното усещане за справедливост; доверието в институционалните йерархии; променящите се ценности на хората [21].

Феноменът криза трябва да се възприема като етап в развитието на една организация. Според Milton Friedman подобен етап може да се разглежда и като позитивен фактор за радикалната промяна [33]. Той вижда последиците от урагана Катрин като възможност за възстановяване на образованието.

Настъпването на криза не означава, че животът на организацията е приключил, а по-скоро предприемане на коригиращи действия, за да се избегне повторната ѝ поява [28].

От гледна точка на бизнеса, кризата е всяка предупредителна ситуация, водеща до поява на определени рискове, заключаващи се в следното: [16]

- ✓ ескалиране на интензивността;
- ✓ попадане в полезрението на медиите;
- ✓ поява на опасност за утвърдили се вече публичен имидж на организацията;
- ✓ нанасяне вреди на дейността.

Следователно посочените последици показват, че организациите трябва да сведат до минимум негативните ефекти от кризата и да се възползват от възможностите, предлагани от кризата. Тя може да създаде следните свързани заплахи: за обществената безопасност, финансова загуба и загуба на репутация. Чрез кризата могат да се разкрият организационни проблеми като грешки в разбирането и анализа на пазарната ситуация, неумение за ефективно управление, слаба организационна култура, липса на добри междуличностни взаимоотношения и уважение към организацията [21, 25].

Разбирайки посочените проблеми, организациите могат да придобият умения за адаптация на промените, да разработят нови стратегии и да имат възможност за спечелване на конкурентно предимство.

В САЩ и Европа кризата доведе до задължнялост на финансовите институции, бизнеса и домакинствата. Намаленото търсене засегна основни региони в света по отношение на финансо-

вите пазари. Бързо развилата се криза доведе до силно забавяне на икономическия растеж по целия свят. Тя предизвика остри сътресения в световната пазарна система и негативните икономически последици се усещат и до днес [11]. Негативните ефекти от нея бързо се разпространяват и в уязвимите страни. Много от тях са засегнати чрез рязко съкращаване на търговията, неустойчиви цени на суровини, пренасочване на капиталови потоци, увеличаване цената на кредита и други негативни последици.

Световната финансова криза има множество неблагоприятни последици за България, което е огромно предизвикателство пред организациите.

У нас негативното въздействие на кризата довежда до рязко увеличаване на междуфирмените задължения. Това засилва нестабилността и несигурността в бизнеса. В резултат на това мнозина загубиха работните си места, а при други месечните доходи намаляват драстично. Отрицателните последици от това са: свиване на износа, увеличаване на безработицата, спад на доходите на населението, спад на промишленото производство, влошаване на качеството на произвежданите стоки и услуги и др. Силното въздействие на тези макроикономически процеси се отразява и върху финансовите проблеми в организациите.

През 2010 г. се наблюдава спад на потребителското доверие. Като причина за това може да се посочи структурата на фирмените задължения към банкови институции. По данните на Международната компания за управление на кредитния риск „Кофас-България“, броят на българските фирми по несъстоятелност се увеличава със 141% спрямо предходни години. Фирмите изпитват дефицит на оборотни средства, което пречи да обслужват поетите задължения към финансовите институции [14].

Според Българска стопанска камара корпоративният дълг на България непрекъснато нараства и по този начин се блокира икономически растеж [2].

През 2017 г. икономическият растеж в България е 3.6%, с което се продължава започналата от 2015 г. тенденция на сравнително високи темпове на нарастване на реалния БВП спрямо периода непосредствено след кризата [8].

В структурно отношение българската икономика е свързана със загуба на сравнителни предимства в традиционни сектори ка-

то облекло, обувки, текстил, обработка на кожи, частично в хранително-вкусовия сектор. Донякъде има загуба на конкурентни предимства и в тежките индустрии, металите и базовите суровини. Най-голям дял у нас има аутсорсингът на услугите. Тази индустрия навлезе преди 7-8 години с кол центрове, като днес има широк спектър аутсорсинг на бизнес процеси – фактуриране и покупки на стоки, маркетингова концепция, техническа поддръжка и др. [44].

Според Р. Георгиев от кризата са засегнати повече големите предприятия в сравнение с малките, тъй като те инвестират значителни средства и имат много кредити [5].

Началото на всяка криза започва с погрешно пазарно поведение на определени субекти. Нарушаването на нормите в пазарните действия по същество ги въвлеча в кризисната ситуация [12]. В резултат на това следва да се посочи, че на организационно ниво в последните години се повишава междуфирмената задължнялост. Причините за това са свързани както със средата, така и с плащане на някои организации. Финансовата самостоятелност на организацията създава здрава основа за ефективно управление на финансовите отношения и ресурси [1].

През 2018 г. проучване, извършено от експерти от международната компания Deloitte установяват, че повечето организации трябва да преодоляват няколко предизвикателства, за да бъдат готови за справяне с кризата [30]. Резултатите от проучването се основават на включени повече от 500 ръководители за управление на кризисни ситуации, управление на непрекъснатостта на бизнеса и управление на риска в 20 държави. Експертите достигат до следните констатации:

- ✓ необходимост от обучение;
- ✓ доверието изпреварва готовността;
- ✓ увереността на организациите в способностите им за управление на кризи невинаги е съизмерима с нивото на готовност за намаляване на отрицателното въздействие на кризата;
- ✓ редица организации включват партньори и други външни организации в планирането на кризи.

В контекста на посочените констатации следва да отбележим, че на микроикономическо ниво кризите са най-тежкото изпитание за всяка организация. Затова тяхното управление се явява критичен момент в развитието им. Неефективното упра-

вление може да доведе до сериозни последици на заинтересованите страни и загуби за една организация. В тази връзка експерти от производствения сектор препоръчват следните отправни точки, на които организациите трябва да обърнат специално внимание, за да управляват ефективно: приходи, разходи, активи и очаквания [40].

Извършването на необходимите корекции в тези области ще подпомогне организациите в процесите на оценяване и планиране. Ръководителят по управление на риска трябва да може да разпознава ключовите области на организацията и основните показатели за финансов анализ: ликвидност, платежоспособност, стабилност, независимост. По този начин той ще може да разпознава съответния риск. От гледна точка на предприемачеството, поемането на риск следва да е съчетано умело с отговорността пред бизнес партньорите, работниците, семейството и др. [27].

По отношение на бизнеса, кризата е всяка предупредителна ситуация, водеща до поява на определени рискове, заключаващи се в следното: [16]

- ✓ ескалиране на интензивността;
- ✓ попадане в полезрението на медиите;
- ✓ поява на опасност за утвърдили се вече публичен имидж на организацията;
- ✓ нанасяне вреди на дейността.

Според П. Пенчев, когато организацията е в състояние на дисбаланс и неравновесие, сътрудниците са в търсене на нова точка на равновесие, свързана с изменение на техните възгледи и действия [20].

Р. Маринов посочва, че кризата е с висока степен на неопределеност, трудно прогнозируема. В резултат на това тя може да създаде следните свързани заплахи: за обществената безопасност, финансова загуба и загуба на репутация [15].

От това, как една организация ще се справи със заплахите, много често зависи дали тя ще съхрани позитивния си имидж и дали ще реагира адекватно [29].

Според анализатори повторение на финансова криза ще се случи до 2020 година. Кризата ще засегне особено страните, разчитащи на приходи от износ на енергийни суровини като петрол и природен газ [9].

От теорията са известни икономическите цикли на Кондратиев: краткосрочни - 2-3 години; средносрочни - 6-13 години и дългосрочни - около 50-60 години. Теорията на Кондратиев показва доста сериозна точност. Предвид посоченото може да се очакват десетилетия на просперитет, за да се достигне нов пик през 2040-та година [18].

Основание за притеснение от избухване на нова финансова криза има, но тя със сигурност няма да повтори ситуацията от 2008 г. [23].

Финансова криза е възможно да възникне в сектора на облигациите със спекулативен кредитен рейтинг. Заплахата се изразява в това, че броят на емитентите и обемът на спекулативните облигации е много голям [46].

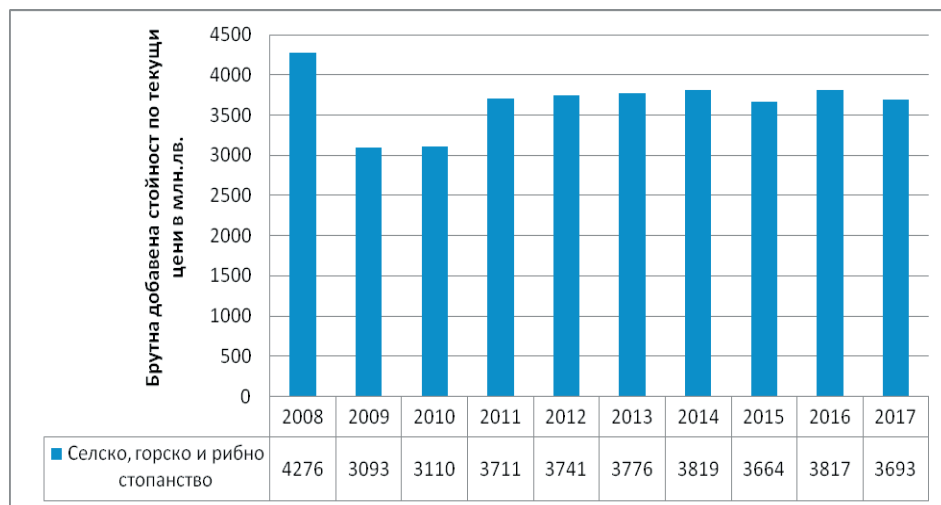
Обобщавайки посочените дефиниции, считаме, че кризите в организациите от икономическите сектори се пораждат поради заплаха за тяхното финансово-икономическо състояние. При това състояние, те са неспособни да съществуват по-нататък, без да претърпят промени. Ефективното управление на кризата изисква специални оздравителни мерки. От друга страна, освен вътрешните предпоставки за кризи в организациите, върху развитието им оказва влияние цялостното състояние на икономиката в страната.

3. Динамика на brutната добавена стойност по икономическите сектори у нас

Брутната добавена стойност е важен измерител на брутния вътрешен продукт на страната. Динамиката на брутната добавена стойност се определя основно от регистрирания растеж в секторите: „Селско, горско и рибно стопанство“; „Индустрия“; „Строителство“; „Търговия, транспорт, хотелиерство и ресторантьорство“; „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти“; „Финансови и застрахователни дейности“; „Операции с недвижими имоти“; „Държавно управление, образование, здравеопазване и социална работа“; „Култура, спорт, развлечения и други дейности“. В тази връзка за реализиране на целта настоящото изследване си поставя задача да се направи анализ на изменението на брутния вътрешен продукт през динамиката на брутната добавена стойност по икономическите сфери. В следващите фигури от 1 до 10 се проследява динамиката на

брутната добавена стойност по години и сектори в България.

На фиг. 1 е представена динамиката на брутната добавена стойност в сектор „Селско, горско и рибно стопанство“.



Фиг. 1. Динамика на брутната добавена стойност в сектор „Селско, горско и рибно стопанство“ през 2008-2017 г.

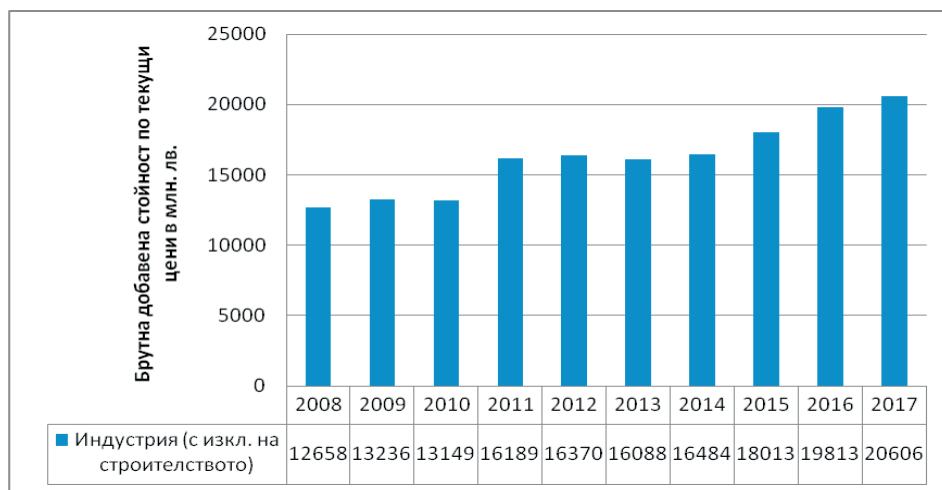
Източник: НСИ

По данни на Инфостат през 2008 г. брутната добавена стойност за сектор „Селско, горско и рибно стопанство“ е 4276 млн. лв. През 2009 г. тя намалява на 3093 млн. лв. През 2010 г. стойността на брутната добавена стойност е 3110 млн. лв. През следващите години (2011 г., 2012 г., 2013 г. и 2014 г.) тя продължава да расте, като през 2015 г. се наблюдава лек спад спрямо 2014 г., чийто размер е 3664 млн. лв. През 2016 г. тя нараства на 3817 млн. лв., спрямо 2015 г. (3664 млн. лв.). През 2017 г. е отчетен по-нисък ръст на брутната добавена стойност – 3693 млн. лв., спрямо 2016 г. – 3817 млн. лв.

През 2017 г. селското стопанство се характеризира със спад в брутната продукция. Основна причина е намалението на цените, произведеният обем и значителен спад в производителността на труда. Тези развиятия са съпроводени с намаление на инвестициите в основен капитал и влошаване на рентабилността и ефективността в сектора спрямо година по-рано [8].

В сектор „Селско, горско и рибно стопанство“ се провеждат дискусии и инициативи за повишаване на доходите. Те имат за цел насочване вниманието на обществеността върху селскостопанската работа, която е най-ниско платена и невидима. Постава се въпросът за липсата на инвестиции в човешкия фактор [42].

В сектор „Индустрия“ тенденцията е към увеличение на брутната добавена стойност, представена на Фигура 2.



Фиг. 2. Динамика на брутната добавена стойност в сектор „Индустрия“ през 2008-2017 г.

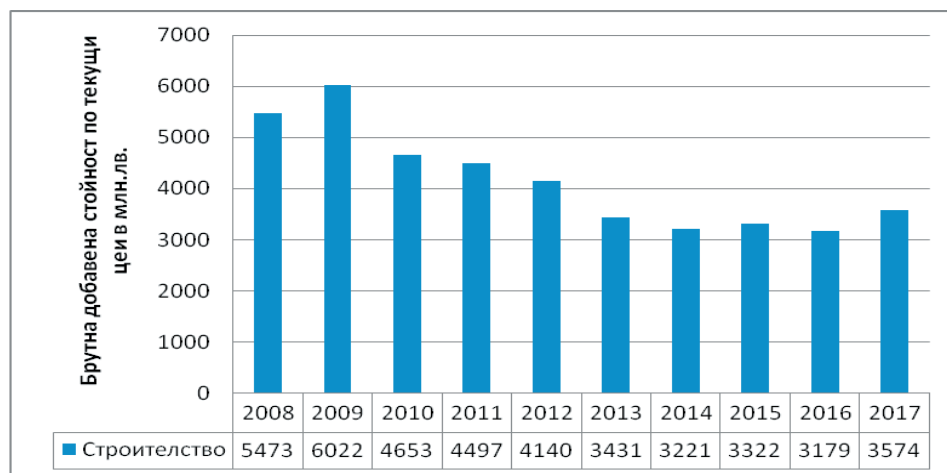
Източник: НСИ

През 2008 г. динамиката на брутната добавена стойност е в размер на 12658 млн. лв. През 2009 г. тя се увеличава на 13236 млн. лв. През 2011 г. брутната добавена стойност е 16 189 млн. лв., което е повишение с 3040 млн. лв. спрямо 2010 г.. Известно намаление се наблюдава само през 2013 г. (16 088 млн. лв.). Най-голямо е повишението през 2017 г. (20 606 млн. лв.). Брутната добавена стойност през 2017 г. нараства с 4 % спрямо 2016 г.

Според икономисти, секторът показва стабилност. Това се дължи на ръста на реално производство. Ръстът на промишлеността води до добри резултати при износа, тъй като в голямата си част българските предприятия са експортно ориентирани [43]. Причините за нарастването на брутната добавена стойност в сек-

тора могат да се търсят в нарасналото междинно потребление. Междинното потребление включва стойността на стоките и услугите, използвани в процеса на производство и съответно техните цени имат голямо отражение върху динамиката на индикатора [8].

В сектор „Строителство“ след започване на кризата динамиката на брутната добавена стойност намалява (Фигура 3).



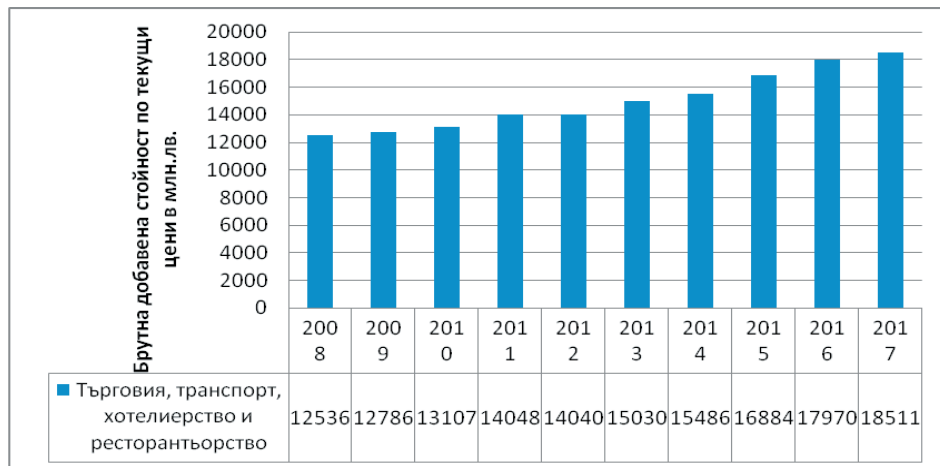
Фиг. 3. Динамика на брутната добавена стойност в сектор „Строителство“ през 2008-2017 г.

Източник: НСИ

От данните се вижда, че през 2008 г. брутната добавена стойност в сектора е в размер на 5473 млн. лв., докато през 2009 г. започва повишение, стигайки до 6022 млн.лв. От 2010 г. се наблюдава тенденция на намаляване на брутната добавена стойност, като най-ниска тя е през 2016 г. – 3 179 млн. лв. През 2017 г. тя се повишава в сравнение с периода 2013-2016 г. (3 574 млн. лв.).

Възстановяването в сектора започва към края на 2016 г. и продължава през 2017 г. Причини за започване на процес на възстановяване са частните инвестиции и чуждестранните инвестиции в сектора. Те са компонент с най-голяма тежест в строителната продукция [45]. Това благоприятства за преустановяване на негативната тенденция при заетостта в сектор строителство. Това възвръща апетита на банките към финансиране на сектор строителство [47].

В икономически сектор „Търговия, транспорт, хотелиерство и ресторантьорство“ се наблюдава съживяване, тъй като брутната добавена стойност бележи тенденции на увеличаване (Фигура 4).



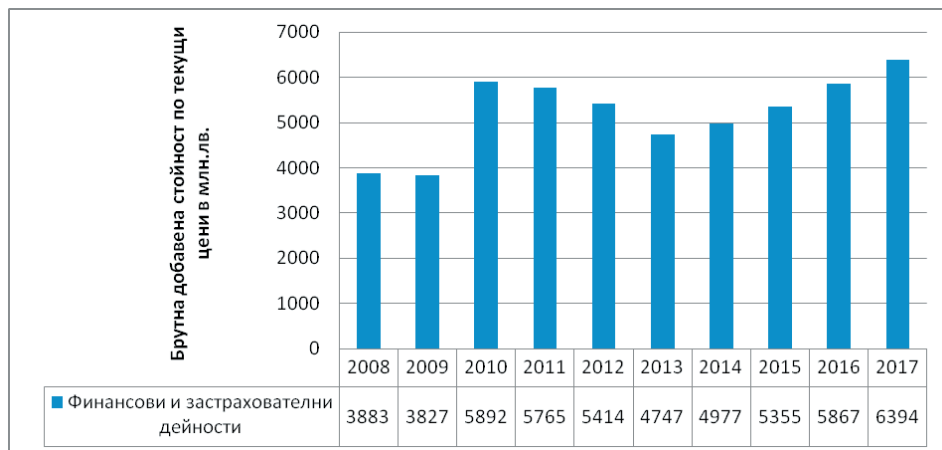
Фиг. 4. Динамика на брутната добавена стойност в сектор „Търговия, транспорт, хотелиерство и ресторантьорство“ през 2008-2017 г.

Източник: НСИ

През 2008 г. брутната добавена стойност е в размер на 12536 млн. лв. Увеличението продължава и през 2009 г. – 12786 млн. лв., през 2010 г. достига до 13 107 млн. лв. Най-висока е брутната добавена стойност през 2017 г. – 18 511 млн. лв.

Секторът има значителен принос към повишаване на икономическата активност. Годишните данни от краткосрочната бизнес статистика показват, че водещо влияние през 2017 г. има търговията на едро, следвана от търговия на дребно. За разлика от тях транспорт, складиране и съобщения отбелязват почти нулев принос, а динамиката на показателя в хотелиерство и ресторантьорство остана на отрицателно равнище [8].

В сектор „Финансови и застрахователни дейности“ има неравномерна динамика на брутната добавена стойност за периода 2008-2017 г. (Фигура 5)



Фиг. 5. Динамика на брутната добавена стойност в сектор „Финансови и застрахователни дейности“ през 2008-2017 г.

Източник: НСИ

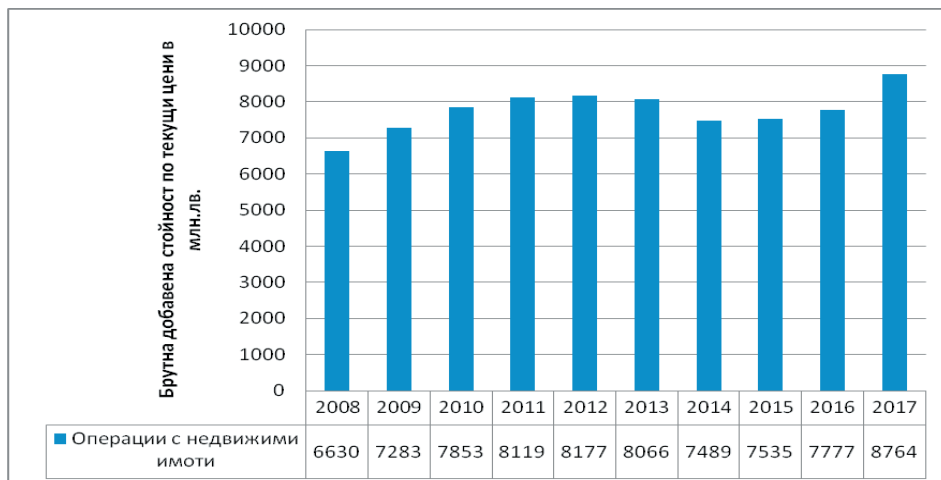
По-ниска брутна добавена стойност за сектора се наблюдава през 2013 г. и 2014 г., съответно в размер на 4747 млн. лв. и 4977 млн. лв., спрямо предходната 2012 г. – 5414 млн. лв.

Най-висока брутна добавена стойност наблюдаваме през 2010 г. (5892 млн. лв.) и 2017 г. – в размер на 6394 млн. лв. Това би могло да се обясни с натрупаните валутни резерви за покриването на дефицита чрез банкови заеми.

В сектор „Операции с недвижими имоти“ данните показват неравномерна динамика на брутната добавена стойност в резултат на кризата (Фигура 6).

От данните се вижда, че след 2008 г. има увеличаване на брутната добавена стойност. През 2009 г. тя е в размер на 7283 млн. лв., а през 2010 - 7853 млн. лв. Нарастването продължава и през следващите години (2011 г., 2012 г. и 2013 г.). През 2014, 2015 г. и 2016 г. се наблюдава по-нисък ръст в брутната добавена стойност спрямо предходните години. През 2017 г. тя отново се повишава, като увеличението е с 1,13 % спрямо 2016 г.

При операциите с недвижими имоти отчетеното увеличение се дължи на раздвижването на пазара на недвижими имоти. Причината за това следва да се търси в активността по отношение на жилищното кредитиране, което е основен двигател на имотния пазар.



Фиг. 6. Динамика на брутната добавена стойност в сектор „Операции с недвижими имоти“ през 2008-2017 г.

Източник: НСИ

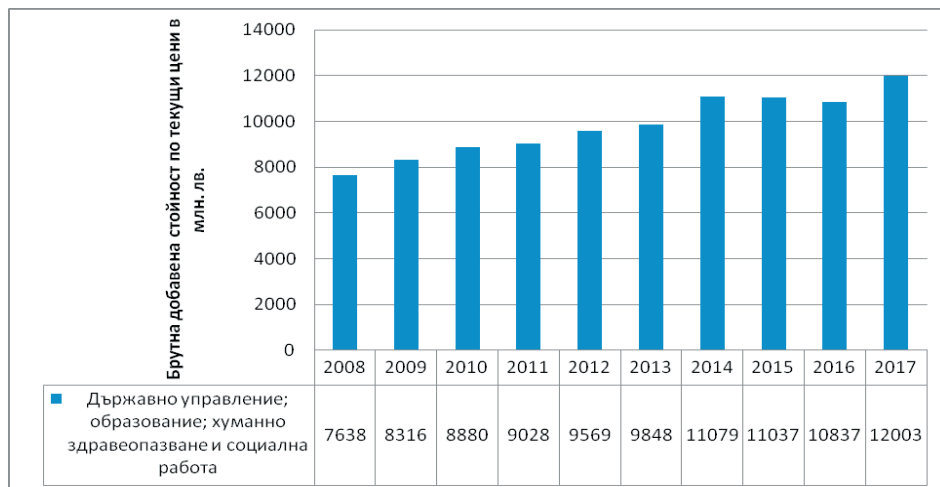
При операциите с недвижими имоти отчетеното увеличение се дължи на раздвижването на пазара на недвижими имоти. Причината за това следва да се търси в активността по отношение на жилищното кредитиране, което е основен двигател на имотния пазар.

В сектор „Държавно управление, образование, здравеопазване и социална работа“ се наблюдава растеж на брутната добавена стойност, (Фигура 7.)

През 2009 г. брутната добавена стойност се увеличава на 8316 млн. лв., спрямо 2008 г., където тя е в размер на 7638 млн. лв. През 2010 г. стойността на брутната добавена стойност е 8 880 млн. лв. През следващите години се наблюдава повишаване на брутната добавена стойност. На-висока тя е през 2017 г. – 12 003 млн. лв., което спрямо предходната година е 1,11%.

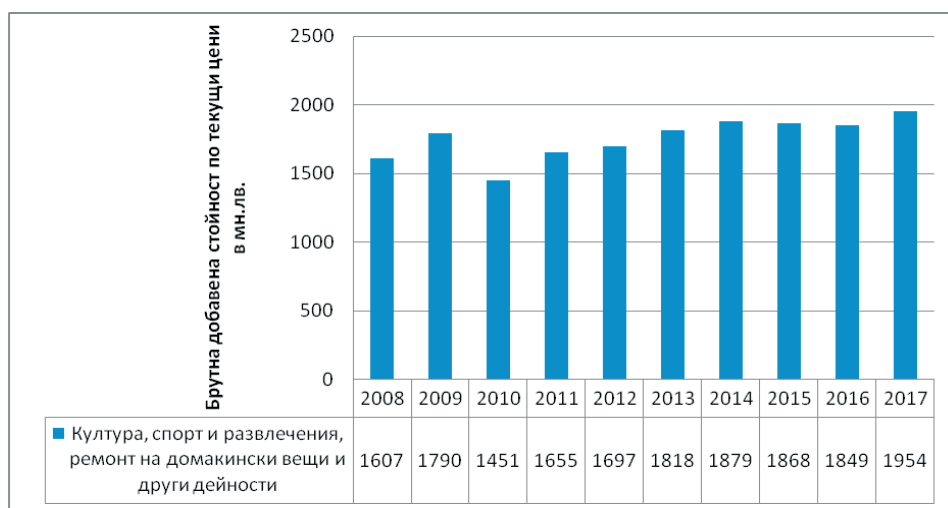
Данните за сектор „Култура, спорт, развлечения и други дейности“ са показани на Фигура 8.

През 2009 г. брутната добавена стойност бележи увеличение (1790 млн. лв.), спрямо 2008 г. (1607 млн. лв.). Негативното въздействие от кризата се усеща най-вече през 2010 г., когато се регистрира стойност на брутната добавена в размер на 1451 млн. лв.



Фиг. 7. Динамика на брутната добавена стойност в сектор „Държавно управление, образование, здравеопазване и социална работа“ през 2008-2017 г.

Източник: НСИ



Фиг. 8. Динамика на брутната добавена стойност в сектор „Култура, спорт, развлечения и други дейности“ през 2008-2017 г.

Източник: НСИ

Причината за това е, че секторът е недофинансиран и преди кризата и поддържан до абсолютния минимум. През следващите години се наблюдават тенденции на повишаване ръста на брутната добавена стойност, за да достигне до 1954 млн. лв. през 2017 г.

В сравнителен план брутната добавена стойност за всички икономически сектори е показана в началото на кризисния период – 2009 г. и в края на изследвания период – 2017 г. (фигура 9 и фигура 10).



Фиг. 9. Динамика по икономически сектори за 2009 г.
Източник: НСИ

При сравняване на данните се наблюдава, че брутната добавена стойност в началото на кризисния период през 2009 г. е най-висока в секторите „Индустрия“ (13236 млн. лв.), „Търговия, транспорт, хотелиерство и ресторантьорство“ (12786 млн. лв.) и „Държавно управление, образование, здравеопазване и социална работа“ (8316 млн. лв.). Прави впечатление, че през 2009 г. брутната добавена стойност е най-ниска в сектор „Култура, развлечения и други дейности“ (1451 млн. лв.)

В сравнителен аспект, от данните се наблюдава, че през 2017 г. брутната добавена стойност е най-висока в сектор „Индустрия“ – 20606 млн. лв., което увеличение представлява 19,39 % спрямо 2009 г.



Фиг. 10. Динамика по икономически сектори за 2017 г.
Източник: НСИ

В сектор „Търговия, транспорт, хотелиерство и ресторантьорство“ брутна добавена стойност е 18511 млн. лв., представляващо 55,68 % увеличение спрямо 2009 г.

През 2017 г. в сектор „Държавно управление, образование, здравеопазване и социална работа“ брутна добавена стойност е в размер на 12 003 млн. лв. спрямо 2009 г. (8316 млн. лв.), което е увеличение с 44,33 %

С темп на растеж са и секторите „Създаване и разпространение на информация, творчески продукти и др.“ – 38,29 %, „Селско, горско и рибно стопанство“ – 19,39 %, „Култура, спорт, развлечения и други дейности“ – 9,16 %, „Операции с недвижими имоти“ – 20,33 % и „Финансови и застрахователни дейности“ – 67,07%.

През 2017 г. се наблюдава тенденцията, че брутна добавена стойност в единствено в сектор „Строителство“ намалява с 59,34 % спрямо 2009 г.

4. Приложение на система от абсолютни и относителни показатели за измерване динамиката на брутния вътрешен продукт

Динамиката на брутната добавена стойност общо за всички икономически сектори измерваме чрез брутния вътрешен продукт. За решаване на втората задача на настоящото изследване се прилага система от абсолютни и относителни показатели за измерване скоростта на изменение на брутния вътрешен продукт.

От научната литература по статистика са известни статистическите методи и показатели на Н. Величкова [3], К. Гатев и Н. Гатева [4], Д. Дамгалиев и Ж. Телляян [6]. За целта използваме система от абсолютни (базисен абсолютен прираст и верижен абсолютен прираст) и относителни (темп на растеж и темп на прираст) показатели. Направен е сравнителен анализ на стойността му. За целта са използвани данни от Инфостат на НСИ и наши изчисления [10]. Получените резултати за динамиката на развитие за периода 2008-2017 г. са представени в Таблица 1.

Таблица 1. Основни измерители на скоростта на изменение на БВП

Година	Брутен вътрешен продукт (млн. лв.)	Базисен абс. прираст	Верижен абс. прираст	Базисен темп на растеж (%)	Верижен темп на растеж (%)	Базисен темп на прираста (%)	Верижен темп на прираста (%)
2008	72756						
2009	72986	230	230	100,3	100,3	0,3	0,3
2010	74771	2015	1785	102,8	102,4	2,7	2,4
2011	80759	8003	5988	110,9	108,0	10,9	8,0
2012	82040	9284	1281	112,8	101,6	12,8	1,6
2013	82166	9410	126	112,9	100,1	12,9	0,1
2014	83634	10878	1468	114,9	101,8	14,9	1,8
2015	88571	15815	4937	121,7	105,9	21,7	5,9
2016	94130	21374	5559	129,4	106,3	29,4	6,3
2017	98631	25875	4501	135,5	104,8	35,6	4,8

Източник: Инфостат на НСИ и наши изчисления

При определяне на показателите за динамика се сравняват фактическите размери за всеки член от динамичния ред спрямо началното или предходното значение. Ако сравненията са спрямо началното значение, тези показатели са базисни, а когато се проследява динамиката спрямо предходния член, те са верижни. В тази връзка за динамиката на развитие на основата на временни редове, е използвана система от абсолютни (абсолютен прираст) и относителни (темп на растеж) показатели. Абсолютните прирасти са изчислени на базисна и верижна основа. Абсолютният прираст е разликата между фактическия размер на величината, изразяваща съответния период, и значението на величината, изразяваща периода, приет за база на сравнение. Чрез показателя темп на прираст се характеризира относителният прираст на изследваното явление в статистическия динамичен ред [3, 4, 6].

В таблица 1 е видно, че базовият абсолютен прираст през 2009 г. е 230 млн. лв., докато през 2017 г. достига до 25 878 млн. лв.

Верижният абсолютен прираст от 230 млн. лв. през 2009 г. достига до 5988 млн. лв. през 2011 г., след което намалява през 2013 г. и достига до 126 млн. лв. През 2014 г. се наблюдава нарастване над 11 пъти спрямо 2013 г., като стойността му възлиза на 1468 млн. лв. През 2015 и 2016 г. се наблюдава увеличаване, съответно на 4937 млн. лв. и 5559 млн. лв. През 2017 г. отново се наблюдава намаление на верижният абсолютен прираст на 4 501 млн. лв.

Темпът на растеж е относителният показател за динамика. Динамичните индекси са базисни и верижни. При базисните динамични индекси за база се приема един период при изчисляване на всички индекси, при верижните, когато за база се приема всеки предходен период (Величкова, 1981; Гатев, Гатева, 1999; Дамгалиев, Телмалян, 2006).

В периода 2008-2017 г. най-добрите резултати, измерени с базисния темп на растеж на БВП, се постигат през 2017 г. (135,5 %). С най-ниски резултати е 2008 – 72756 млн. лв., а базисният темп на растеж е 100,3 %.

През периода се наблюдава тенденция на възходящо нарастване на базисния темп на растеж на БВП спрямо началния период на кризата.

Верижният темп на растеж е най-нисък през 2013 г. (100, 1 %), а най-висок през 2011 г. (108,0 %).

Чрез показателя темп на прираст се характеризира относителният прираст на изследваното явление.

Базисният темп на прираст е едва 0,3 % през 2008 г., а през 2017 г. достига до 35,6%. През изследвания период базисният темп на прираст бележи тенденция на нарастване във възходящ ред.

Верижният темп на прираст се променя неравномерно през периода – от 0,1 % през 2013 г. до 8,0 % през 2011 г.

Направеният анализ на последиците от световната финансова криза от 2008 година върху динамиката на икономическите сектори в България показва, че през периода 2008-2017 г. брутния вътрешен продукт е с тенденция на растеж. В подкрепа на това твърдение са представените резултати от изчислените абсолютни и относителни показатели.

Заклучение

От настоящото изследване е видно, че влиянието на световната икономическа криза дори се отразява позитивно предвид тенденцията на растеж на брутния вътрешен продукт в България през 2017 г. Кризата дава нови възможности за икономическите сектори, които трябва да използват, за да реализират положителни промени от нея.

В икономическите сектори „Селско, горско и рибно стопанство“, „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти, далекосъобщения“ и „Финансови и застрахователни дейности“ динамиката на брутния вътрешен продукт бележи спад от започване на кризата в резултат от намаляване на брутната добавена стойност в секторите.

В икономически сектор „Селско, горско и рибно стопанство“ динамиката на брутната добавена стойност е в посока на увеличение към края на изследвания период. Тя варира от 3 110 млн. лв. през 2010 г до 3 693 млн. лв. през 2017 г.

Икономическият сектор „Индустрия“ бележи тенденция на растеж през изследвания период – от 13 149 млн. лв. през 2010 г. до 20 606 млн. лв. през 2017 г. което се дължи на нарастване на брутната добавена стойност. Тенденция на увеличение се наблюдава и в икономическите сектори „Търговия, транспорт, хотелиерство и ресторантьорство“ и сектор „Създаване и разпространение на информация, творчески продукти и др.“. Неравномерно

е увеличението на брутната добавена стойност в сектор „Държавно управление, образование, здравеопазване и социална работа“.

В икономически сектор „Строителство“ динамиката на брутната добавена стойност намалява от 4 653 млн. лв през 2010 г. до 3 179 млн. лв. през 2016 г. Тенденция към повишение се наблюдава през 2017 г. – 3 574 млн. лв.

Известни колебания се наблюдават в секторите „Финансови и застрахователни дейности“, „Операции с недвижими имоти“ и „Култура, спорт, развлечения и други дейности“.

През 2017 г. в сравнителен аспект се наблюдава тенденция на увеличаване темпа на растеж на брутната добавена стойност във всички икономически сектори. Изключение прави сектор „Строителство“, при който тя намалява с 23,2%.

Според нас основните мерки и препоръки към бизнес практиката могат да бъдат в насока диагностициране на финансово-икономическото състояние на организациите по икономически сектори и разработване на планове за намаляване на риска от кризи. Чрез плановете може да се сведе до минимум въздействието на кризата и да помогнат на организацията да се възстанови от нея възможно най-бързо. От друга страна, е важно да се идентифицират проблемните области и да се разработят подходящи стратегии за преодоляването им.

Диагностицирането на криза е от съществено значение за определяне на нивото ѝ, което ще доведе до по-нататъшни решения при избор на средства и ресурси. Откриване на симптомите и причините за финансова криза още в началните етапи чрез кризисна диагностика, може да предотврати несъстоятелност.

Независимо от видовете кризи, които възникват, методите за тяхното ефективно разрешаване са повече или по-малко еднакви. Ефектите от кризите за организациите зависят от начина на комуникация, предприет от дадена организация [38]. Добрата комуникация, основана на принципите на честност и прозрачност, е ключът към успешното управление на кризи. Ефективната комуникация е от съществено значение за преодоляване на кризата в организацията. Информационният поток трябва да преминава през всички отдели. По този начин служителите ще са наясно с това, което се случва около тях. Те трябва да бъдат мотивирани да постигнат най-доброто ниво и да се съсредоточат върху целите на

организацията. Важно е да се вземат бързи решения в момента, в който служителят открие ранните признаци на криза. Комплексната и добре планираната комуникативна стратегия позволява да се увеличи индивидуалният ефект на всеки един от елементите на комуникация при тяхното съвместно използване [7].

Ако мениджърите са отговорни за 50% от кризите, а служителите 30%, то могат да се очакват 80% планирани отговори. В резултат на това ще има превенция или намаляване на въздействието на кризата [38]. Следователно планирането е жизненоважно за избягване или минимизиране на кризите.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева Д. Финансово управление на предприятието и роля на бизнес оценяването, Изд. комплекс УНСС, София, 2012, с. 9.
2. Българска стопанска камара,
3. <https://www.bia-bg.com/gallery/view/video/21037/>
4. Величкова, Н. Статистически методи за изучаване и прогнозиране развитието на социално-икономически явления. Изд. Наука и изкуство, София, 1981.
5. Гатев, К., Н. Гатева. Самоучител по статистика. Изд. УНСС, София, 1999.
6. Георгиев, Р. Кризата изисква системна промяна. Софтрейд, София, 2010, с. 77-96.
7. Дамгалиев, Д., Ж. Телмалян. Бизнесстатистика. Изд. Нов български университет, София, 2006.
8. Иванова, М. „PR и мястото им в интегрираните комуникации“, с. 121, сп. Медии и комуникации на 21. век, бр.1, Унив. изд. „Св. св. Кирил и Методий“, 2017.

9. Икономиката на България, годишен обзор/2017. Министерство на финансите, 2018.
10. Информационна агенция ПИК; <http://pik.bg/>
11. Инфостат на НСИ;
12. <https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/external/login.jsf>
13. Йоцов, В. Отражение на глобалната криза върху финансовия сектор на България. Акад. изд. „Проф. Марин Дринов“, София, 2014, с.7.
14. Каменов, К. Институционална и поведенческа основа на кризата и фалита. Абагар, В.Търново, 2009.
15. Кехайов, А. Управлявай дръзко и мъдро. Алфа Куолити България, София, 2014, с. 74.
16. Кофас България; <http://www.coface.bg/Za-COFACE>
17. Маринов, Р. Комуникационни стратегии. Селекта, София, 2004, с. 106.
18. Маринов, Р. Кризисен мениджмънт. Нов български университет, София, 1999, с. 21.
19. Минчев, Н. „Анализ и оценка на факторите, подпомагащи създаването на регионални клъстери от малки и средни предприятия“, с. 165. Сп. Социално-икономически анализи, Книга 1, 2006.
20. Минчев, Т. Как ще се заформи следващата световна финансова криза? <https://money.bg/finance/kak-shte-se-zaformisledvashtata-svetovna-finansova-kriza.html>
21. Паунов, М. Стратегии на бизнеса. Изд. комплекс УНСС, София, 2012, с.73-74.
22. Пенчев, П. Организационно развитие. Абагар, В. Търново, 2008, с. 13; с. 32.
23. Пенчева, И. Управленски умения. Съвети за мениджъри. Абагар, В. Търново, 2013, с. 15.
24. Пенчева, Пл. Виждане за условията и факторите, влияещи върху производителността на труда. с. 7. Сп. Индустриален мениджмънт, бр. 2, изд. „Стопански факултет“ при Технически университет, София, 2016.

25. Сарийски, Г. Интервю пред „Bloomberg TV“ - „Има основания за нова финансова криза“;

26. <https://www.investor.bg/bloomberg-tv/461/a/grigor-sariiski-ima-osnovaniia-za-nova-finansova-kriza-242284/>

27. Стефанов, Ц. „Фирмена конкурентоспособност чрез ефективно усвояване на средства от оперативните програми в област Велико Търново“, Сборник доклади от Юбилейна международна научна конференция „50 години „ВТУ Св. св. Кирил и Методий“, Велико Търново, 2014, с. 198.

28. Стоянов, И. „Leadership roles and interpersonal relationships – relationship and importance for the organization“. Сборник с научни изследвания от годишната конференция на Стопански факултет на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, 28-29.09.2017 г., В. Търново, Том 1, Унив. изд. „Св. св. Кирил и Методий“, 2017, с. 211-212.

29. Федорова, А. Э, Ю. А. Токарева. Антикризисное управление персоналом организации. Учебное пособие, Екатеринбург. Издательство Уральского университета, 2017, с.78.

30. Христова, В. Предприемачество. Теоретични основи и практически умения. Изд. Абагар, В. Търново, 2013, с. 19.

31. Coombs, W. T. Code red in the boardroom: Crisis management as organizational DNA. Westport, CN: Praeger, 2006.

32. Coombs, W. T. Crisis Management and Communications, The Science Beneath the art of public relations, 2007.

33. Deloitte: „Stronger, fitter, better: Crisis management for the resilient enterprise“. Global Crisis Management Survey, 2018;

34. <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/risk/articles/2018-global-crisis-management-survey.html>

35. Dubrovski, D. Krizni management in prenova podjetja. Koper: Fakulteta za management, 2004, p.37-38.

36. Eigner, P., Umlauf, T. „The Great Depression(s) of 1929-1933 and 2007-2009? Parallels, Differences and Policy Lessons“. MTA-ELTE Crisis History Working Paper No. 2: Hungarian Academy of Science, 2015.

37. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2612243

38. Friedman, M. The promise of vouchers. The Wall Street Journal (5, December), 4, 2005;

39. <http://www.naomiklein.org/shock-doctrine/resources/part7/chapter20/friedmanpromise-vouchers>

40. Harrison, K. What will cause your next organizational crisis?

41. <https://cuttingedgepr.com/free-articles/issues-and-crises/will-cause-next-organizational-crisis-2/>

42. Jaques, T. Issue management and crisis management: an integrated, non-linear, relational construct. Public Relations Review, 33(2), 2007, p. 147-157.

43. McEntire, D. A. The Status of Emergency Management Theory: Issues, Barriers and Recommendations for Improved Scholarship. In Paper presented at the FEMA Conference „Emergency Administration and Planning“. Emmitsburg, June 8, 2004; <http://www.training.fema.gov>

44. Sakalas, A., Virbickaite, R. Construct of the Model of Crisis Situation Diagnosis in a Company. Engineering Economics, Vol. 22 (3), 2011.

45. Waldemar, R. „Improvised or Planned Communication? Identifying the Determinants of Positive Effects in Crisis Situations“, Journal of International Studies, Vol. 3, No 1, 2010, p. 103-108.

46. Williams, M. Uncontrolled Risk. McGraw-Hill Education, 2010, p. 213.

47. <http://www.bgtextiles.org/?cid=20&NewsId=1256>

48. <https://blog.iteam.ru/kak-vyvesty-predpriatie-iz-finansovogo-krizisa/>

49. <http://www.fnsz.org/index.php/bg/aktualno/510-ikonomicheskata-i-sotzialna-tzenata-na-truda-i-zaplashtaneto-v-sektor-zemedelie-vreme-e-za-povishenie>

50. <https://www.economic.bg/bg/news/7/koi-sektori-dvizhat-ikonomikata-na-balgariya.html>

51. <https://www.duma.bg/ikonomikata-prez-2018-g-n181742>

52. <https://www.investor.bg/analizi/113/a/stroitelstvoto-prez-2017-g-istoriia-za-otlaskvane-ot-dynoto-252109/>

53. https://www.capital.bg/biznes/finansi/2018/11/01/3337805_kude_se_kriiat_riskovete_ot_nova_globalna_kriza/

54. https://www.capital.bg/biznes/finansi/2017/11/08/3074223_energiiniiat_sektor_e_s_nai-goliamo_bankovo/

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Гл. ас. д-р Даниела Йорданова е преподавател в катедра „Стопанско управление“ на Стопански факултет на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“. Води лекции по дисциплините „Основи на публичната администрация,“ „Управление на риска“, „Управление на кризи“, „Иновации и иновационна политика“ и други пред студенти от бакалавърска и магистърска степен. Интересите ѝ са в областта на публичната администрация и управление, бизнес администрацията, управление на риска, управление на организационните кризи и др.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕТО МЕЖДУ ЧОВЕКА И „ИНТЕЛИГЕНТНИТЕ“ МАШИНИ - НОВИТЕ ПРАВИЛА ПРИ УПРАВЛЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

Ас. д-р Екатерина Цветанова
Нов български университет

Анотация: Развитието на изкуствения интелект и ефектите от него върху живота на хората се анализират все по-често. В настоящата разработка е представена визия за това, как би изглеждал корпоративният свят след десетилетие. Фокусът е поставен върху промените, които се очаква да се наложат при управлението на човешките ресурси, в резултат на развитието на изкуствения интелект. Развитието и въвеждането на системи, базирани на изкуствен интелект, създава както редица възможности, така и редица предизвикателства, които компаниите следва да посрещнат в близко бъдеще.

Ключови думи: Изкуствен интелект, корпоративно управление, човешки ресурси.

HUMAN - INTELLIGENT MACHINE INTERACTION - THE NEW RULES OF PEOPLE MANAGEMENT

*Assist. Prof. Ekatherina Tzvetanova, PhD
New Bulgarian University*

Abstract: *Artificial intelligence development and its impact on humans' life are analysed very often nowadays. In this study is presented a vision of the corporate world after a decade. It is put on focus the expected changes in human resources management thanks to artificial intelligence development. The development and implementation of artificial intelligence-based systems create opportunities but also challenges that companies should meet shortly.*

Key words: *artificial intelligence, corporate management, human resources*

Темата за навлизането на изкуствения интелект (AI) в ежедневието на хората става все по-широко обсъждана. Разработките, свързани с „изкуствения интелект“, нарастват експоненциално през последните години. Въпреки това ефектът, който се очаква, има своите положителни и отрицателни страни, като сигурното е, че той ще промени функциите на хората в различните процеси, уменията, които имат, начина, по който биват селектирани, много професии ще бъдат заличени, но ще възникнат и много нови [1].

Според оценка на PricewaterhouseCoopers (PwC) 14% от растежа на световния брутен вътрешен продукт (БВП) през 2030 г. ще е в резултат на изкуствения интелект [2]. В абсолютна стойност това се равнява на допълнителни 15,7 трлн. долара. Растежът основно ще се дължи на нарастването на производителността в резултат на автоматизацията и взаимодействието на работната сила с интелигентните технологии, както и от нарастване на потребителското търсене, породено от предлаганите персонализирани и/или по-качествени продукти и услуги, подобрени с помощта на AI.

Трябва да се има предвид, че тези тенденции се развиват в много комплексната глобална среда [3]. От една страна, имаме *бърз прогрес на технологичните иновации*. Този тренд може да подобри жизнения стандарт, производителността, както и да осигури възможност за съсредоточаване в самоусъвършенстването, но носи и заплахата от социални размирици и политически катаклизми, ако икономическите предимства не са справедливо споделени. *Демографските промени* са от съществено значение, като се очаква промяна в размера, разпределението и възрастовия профил на световното население [4]. Застаряването на населението осъществява натиск върху бизнеса, социалните по-

литики, икономиката – налага промяна на бизнес моделите, управлението на таланти, пенсионните разходи, поражда се необходимост работниците да придобиват нови умения и да работят по-дълго. Недостигът на човешка работна сила в редица от бързо застаряващите икономики задвижва необходимостта от автоматизация и повишаване на производителността. *Значимото нарастване на населението, което се премества да живее в градовете*, прави тези центрове важен източник за създаване на работни места. ООН прогнозира, че до 2050 г. градското население в света ще нарасне от 55% (през 2018 г.) до 68% от глобалното население в резултат на два фактора – миграция към градските райони и нарастване на населението [5]. Най-силна динамика ще се наблюдава в страните с ниски и средни доходи, като около 35% от този ръст ще се дължи на Индия, Китай и Нигерия. Вече много от най-големите градове генерират по-висок БВП от някои средни по размер страни (например Токио, Ню Йорк, Лос Анджелис и Москва генерират по-висок БВП съответно от Южна Корея, Канада, Австралия и Обединени Арабски Емирства) [6]. *Ограничеността на ресурсите и климатичните промени* също оказват влияние върху корпоративното управление (например прогнозира се нарастване на търсенето на енергия и вода съответно с 50% и 40% до 2030 г. [3]). Тази тенденция ще даде основа за създаване на нови видове работни места в областта на алтернативната енергия: нови инженерни процеси, нов дизайн на продуктите и управлението на отпадъците, както и повторното им използване. Очаква се бързо реструктуриране на традиционните енергийни отрасли. Освен това значително влияние върху управлението ще оказва и *изместването на глобалната икономическа власт от развитите към развиващите се държави*. Най-много ще спечелят бързо развиващите се страни, особено тези, с голямо население в трудоспособна възраст, които възприемат бизнес етика, привличат инвестиции и подобряват образователната си система. Предизвикателство пред развиващите се страни ще бъде да овладяват в достатъчно добър темп развитието на технологиите, защото именно то увеличава пропастта с развитите страни. От друга страна, ерозията на средната класа, неравенството и загубата на работни места поради мащабна автоматизация ще увеличат риска от социални вълнения в развитите страни.

Въпреки големия брой публикации липсва еднозначна дефиниция какво е това „изкуствен интелект“. В настоящата разработка се разглеждат *адаптивни* и *неадаптивни системи*, при които човекът е *включен/не е включен в процеса* [2]. Въз основа на тези четири характеристики са идентифицирани следните разновидности на системи, базирани на изкуствен интелект:

✓ Assisted Intelligence системите са тези, които подпомагат човека за взимане на решение/предприемане на действие, без машината да се обучава от реализирано взаимодействие.

✓ Автоматизацията представлява неадаптивна система, при която не е необходима човешка намеса. Използва се при ръчни и когнитивни задачи, които могат да са/да не са рутинни. При този тип системи се автоматизират вече съществуващи задачи и не се включват нови начини за изпълнение.

✓ Augmented Intelligence системите са адаптивни системи, които подобряват процеса на вземане на решения на човека и непрекъснато се учат от своето взаимодействие с хората и околната среда.

✓ Autonomous Intelligence системите могат да се адаптират към различни ситуации и могат да действат самостоятелно, без човешка намеса.

В следващите точки ще бъдат представени визии за това, как тези системи, базирани на изкуствения интелект, ще повлияят на управлението на бизнеса. Фокусът е поставен върху управлението на човешките ресурси, защото промените ще са едни от най-значимите в организацията – ще изчезват професии; ще се създават нови професии; ще се изискват нови умения от работещите в организацията; талант за организацията ще има ново значение; ще се промени начинът на подбор на тези таланти, както и на работната сила, като цяло; ще се изискват нови умения от мениджърите „Управление на човешките ресурси“ и др.

Промяната в управлението на бизнеса

Развитието на изкуствения интелект силно влияе върху структурата на компанията, взимането на управленски решения, управлението и задържането на работната сила. Много от компаниите вече са въвели или са започнали да въвеждат интелигентни системи, което се отразява върху функционирането на бизнеса като ця-

ло [7]. Според глобалното проучване на Protiviti и ESI ThoughtLab в повечето компании въвеждането на изкуствен интелект се ръководи от висшия технически мениджмънт. Въпреки това добра практика би била, това да се прави от изпълнителните директори, за да се осигури съответствие с поставените бизнес резултати. Освен това в много от секторите (например здравеопазване) е необходимо човекът да се „довеи“ на изкуствения интелект, за да може да се постигнат поставените цели. Това доверие следва да се комуникира от изпълнителните директори към останалите заети надолу в организацията, за да се постигне по-добър ефект.

Друго изменение в организациите, което се налага, е промяна в организационната структура. Една от масово прилаганите добри практики от компаниите е съчетаването на център за върхови постижения, където е позиционирана основната работна сила, занимаваща се с интелигентни системи, с допълнителен персонал за интелигентни системи, разположен в рамките на отделни функции и бизнес единици. За да си набавят необходимите таланти, компаниите прилагат различни подходи – партнират си с консултантски фирми, развиват таланти вътре в компанията, възлагат задачи на външни компании, набират нови таланти, както и си партнират с учебни заведения. Най-успешните AI компании са много по-склонни да развиват талантите си сами, въпреки че при специфични задачи използването на външни за организацията таланти е по-ефикасно. Добър подход, който се прилага, е използването на готови или вътрешно разработени интерфейси, които мениджърите използват. По този начин се намалява предизвикателството при обучението и се редуцира необходимостта от висококвалифицирани AI специалисти.

Компаниите следва да предприемат редица действия за посрещане на предизвикателствата, свързани с въвеждането на AI системи:

- ✓ Необходимо е въвеждането им и контролът да се осъществява от най-високо ниво в компанията.
- ✓ Критични са знанията в три насоки, които следва да бъдат обезпечени – знание за бизнеса, наука за данните (data science) и инженеринг на данни (data engineering).
- ✓ Корпоративната култура следва да прегърне AI – от най-високо ниво в компанията следва да се премахне страхът, че

служителите ще загубят своите работни позиции.

✓ Необходимо е да се направи избор на ефективна и ефикасна организационна структура, която да подсигура комуникация между бизнес и AI звената.

✓ Решаването на проблема с липсата на таланти – липсата на таланти в сферата на AI е една от основните пречки пред развитието му, като данните сочат, че над 90% от тях се развиват вътре в компанията.

Секторите, в които ефектът от въвеждането на интелигентни системи вече се усеща и се очакват значими промени в бъдеще, са транспорт, домашни уреди, здравеопазване, образование, публична сигурност и безопасност, развлекателна индустрия.

Транспортът е един от първите сектори, в които обществото като цяло ще трябва да се довери на безопасността и надеждността на AI системите за изпълнението на критични задачи [8]. развитието на AI системите ще позволи създаването на все „по-умни“ автомобили, както и на автономното шофиране – неща, чието развитие започваме да наблюдаваме и днес. Освен това AI системи ще позволяват ефективно и ефикасно планиране на транспортната услуга – оптимизиране на процеса за транспортиране, транспортиране при поискване (напр. Uber) и др.

Друга сфера, в която AI технологиите навлизат изключително бързо, са домашните/ обслужващи работи, като прахосмукачките, доставянето на покупки, почистването на офиси, повишаването на сигурността. Въпреки това техническите ограничения и високите разходи в близките 10 години ще продължат да ограничават търговските възможности.

В сектор здравеопазване AI технологиите могат да подобрят резултатите от леченията, както и качеството на живот на милиони хора, но само ако лекарите, сестрите и пациентите успеят да им се доверят. Тази картина ще бъде в резултат на подобрените резултати от клинични тествания, анализи на резултатите от леченията, работи, използвани за прецизни процедури, мобилно здравеопазване, грижа за по-възрастните хора и такива – в неравностойно положение.

Образованието е една от сферите, в които вече се забелязва промяна в процеса на работа заради въвеждането на раз-

лични системи. Има университети, в които лекциите се водят от роботи. Разработват се системи за „интелигентно“ и електронно обучение, което на практика позволява предоставянето на услугата на стотици, дори хиляди ученици/ студенти в един и същи момент. Системите, базирани на изкуствен интелект, биха позволили персонализацията на обучението, което би осигурило достъп до образование на групи, които преди това не са го имали, както и биха подобрили успеваемостта на съществуващи групи. Например анализ за това, кои студенти е по-вероятно да се провалят, на базата на който да се предостави необходимата обратна връзка. Такъв подход би повишил нивото на успешно завършили ученици/ студенти.

Секторът на публичната сигурност и безопасност също започва да се възползва от развитието на интелигентните системи, като скоро се очаква навлизането на подобрени камери и дроне, наблюдение, алгоритми за разкриване на кражби и др.

Развлекателната индустрия вече е значително променена в резултат на социалните мрежи. В този сектор хората приемат навлизането на различните AI технологии с много голям ентузиазъм за разлика от останалите сектори.

Що се отнася до работните места както в посочените, така и в другите сектори, на този етап в близко бъдеще се очаква AI да поеме задачи, а не да заеме изцяло съществуващи работни места. Освен това ще се създадат редица нови работни места в резултат на възникващите нови професии. Това ще наложи значителни промени в самото управление на работната сила в компаниите, както и начина, по който се осъществява то.

Новите правила при управлението на човешките ресурси

Обществените настроения и тяхното въздействие са трудни за прогнозиране, защото са в резултат на култура, история и много други местни фактори. Както се вижда през последните години, те могат радикално да засегнат подхода на една нация в рамките само на едни избори или референдум. PwC [3] прави прогноза за това, как би изглеждал корпоративният свят и по-конкретно управлението на човешките ресурси в „интелигентния свят“. Те базират своята прогноза на четири критерия: (i) колективизъм – доминира справедливостта и равенството, като

общото благо преобладава над личните предпочитания; (ii) индивидуализъм – акцентът е върху индивидуалните желания; (iii) бизнес фрагментация – големите предприятия губят своето господство, тъй като клиентите търсят адекватност, а в организациите намират по-скоро тежест, отколкото полза; (iv) и корпоративна интеграция – компаниите стават по-големи и по-влиятелни, като най-големите имат по-голямо влияние от някои нации.

На базата на тези критерии се очертават четири реалности:

1. Водят иновациите. Организациите и индивидите се състезават, за да дадат на потребителите това, което искат. Иновациите изпреварват регулациите. Цифровите платформи дават голям обхват и влияние на хората с печеливша идея. Процъфтяват специализираните и нишовите компании.

2. Корпорацията е цар. Големите корпорации водят, защото организациите продължават да растат и индивидуалните предпочитания надделяват над вярванията за социална отговорност.

3. Компаниите ги е грижа. Социалната отговорност и доверието доминират в корпоративния дневен ред, като загрижеността за демографските промени, климата и устойчивостта стават ключови двигатели на бизнеса.

4. Хората са първи. Просперират социалните и общностните предприятия. Паричните потоци от crowdfunding са насочени към етични и непорочни марки. Има търсене на смисъл и значимост. Занаятчиите, производителите и „новите работнически гилдии“ процъфтяват. Човечеството е високо ценено.

В следващите параграфи ще бъдат разгледани характеристиките на отделните реалности, описани по-горе, като фокусът е поставен върху стратегията на компанията, управлението на работната сила и предизвикателствата, пред които ще са изправени компаниите в съответната реалност.

Когато *водят иновациите*, стратегията е хората да вървят ръка за ръка с тях. Подборът на персонал се осъществява на база на външни услуги и автоматизиран процес. Очаква се дигитални платформи да свързват работодател и работник, като специализацията е високо ценена и хората имат стремеж към развитие. На практика сходномислещите се групират, подпомагани от технологиите и иновациите. Управлението на таланти е базирано на взаимодействието между специалисти и AI, като задържането на

таланти е все по-трудно. Изключителните умения ще се концентрират в малък брой хора. Оценката на изпълнението на задачите е базирано на краен резултат, а не на осъществен процес. Що се отнася до *работната сила*, специализацията е високо ценена и хората имат стремеж към развитие. Проектите се реализират в кратки срокове и специалистите могат по-бързо да се придвижват от един към друг. Основното *предизвикателство*, което следва да бъде посрещнато в тази реалност, е бързината. Тя е всичко на пазара, защото забавянето на иновациите се явява като бариера за успеха на компанията. Компаниите се конкурират, когато идеи процъфтяват. От друга страна, иновациите създават високорискова среда, в която регулациите са в позиция да наваксват. Съществената конкуренция при управлението на човешките ресурси съществува основно при критичните умения.

Когато *корпорацията е цар*, стратегията включва наличието на работна позиция на главен мениджър „Управление на работна сила“ (the Chief People Officer – CPO), който е влиятелна фигура, участваща в борда. Човешките рискове са важен фактор за борда, като CPO и мениджър „Управление на човешките ресурси“ (HR) стават все по-влиятелни. Науката за човешкия капитал е развита дотолкова, че връзката между хора и представяне е ясно оценена. Що се отнася до работната сила, покупка на таланти се осъществява само когато те са необходими. Най-добрите таланти имат агенти, които да преговарят и управляват кариерата им, като търсенето на таланти започва още от училище. Служителите на всички нива са активни в кариерното си развитие, като наблюдават върху усъвършенстване на уменията си. В обществото се формира деление на хора с корпоративна кариера и на хора, без такава. Предизвикателствата, пред които са изправени компаниите, включват по-висок риск от външни заплахи, както и силен натиск за възнаграждения. Стойността на човешкия капитал, особено на висшия мениджмънт, е висока. Организациите следва да разработят системи и модели за служителите, за да се осигури възможност за преговори за стойността на човешкия капитал.

В реалността, в която компаниите ги е грижа, прилаганата стратегия включва приоритизирането на развитието на виртуални социални мрежи в организацията и клиентската база, за да се осигури комуникация без необходимост от пътуване. Изпълни-

телният директор управлява, вярвайки че хората са в директна връзка с успеха на организацията. Решенията са контролирани от регулации, квоти, брой на съкращения при спад на приходите на компанията и др. Функцията на мениджър „Управление на човешките ресурси“ представлява микс от управление на човешките ресурси, маркетинг, корпоративна социална отговорност и анализ на данни. При управлението на работната сила остават важни финансовото възнаграждение и пакетите за стимулиране. Пътуванията са строго контролирани, а работата за цял живот става отново актуална. Ключовото тук е, че трябва да има съпадение между ценностите на работника и организацията, като работниците следва да отразяват ценностите на работодателя. Предизвикателствата основно са свързани с постоянната защита на бранда. Необходимо е комуникиране на целите и ценностите на правилните хора. Компанията следва да вдъхва доверие в служителите и обществото особено когато се говори за автоматизация. Съответствието с регулациите не е достатъчно, а е нужно предлагането на политики и практики, които да ги надскочат. Въпреки това трябва да се поддържа баланс между краткосрочното финансово и дългосрочното социално добро.

Когато хората са първи, стратегията е бизнес лидерите да са отговорни за управлението. Управлението на човешките ресурси е предоставено на външни компании или се прилага автоматизиран подбор на персонала. Цифрови платформи подпомагат комуникацията между служител и работодател. При оценката на работната сила са важни както резултатите, така и поведението на служителите и въздействието върху обществото. Сформират се гилдии, които подкрепят развитието на хората, често посредством платформи. Те ги подпомагат, създавайки мащаб, когато е необходимо, както и създавайки чувство за идентичност. Работната сила е ангажирана в даден проект или идея за колкото време е нужно. Нефинансовите награди се оценяват и са за сметка на по-ниско заплащане. Работното време не е фиксирано от 09:00 до 17:00, от понеделник до петък, като границите между дом и работа са неясни. Основно предизвикателство е опазването на бранда на компанията, защото той заедно с етичния кодекс са ключови. Организациите се развиват на база на доверие, което изисква и етично, и прозрачно управление на веригата на дос-

тавките. При неспазване на тези норми е необходимо прилагане на санкции по цялата верига. Взаимоотношенията между правителство и неправителствени организации са жизнено важни и следва да се наблюдават отблизо.

Въпреки че всяка компания сама ще избира реалността, в която има конкурентни предимства да се развива, управлението на компаниите ще претърпи значими промени както в структурата си, така и на функционално ниво. Функциите на хората, занимаващи се с управлението на работната сила, значително ще се видоизменят, както и политиките, които следва те да прилагат.

Управление на човешките ресурси в новите реалности

Управлението на човешките ресурси ще бъде силно повлияно от реалността, в която се извършва дейността на компанията.

При реалността, в която водят иновациите, талантите са привлечени от финансите и възможността да участват в успешни проекти. Има очакване за високо възнаграждение за търсени умения [3]. Всеки отговаря сам за подобрението на уменията си. Ролята на мениджър „Управление на човешките ресурси“ се премахва, защото е заместен от автоматизация, аутсорсинг и т.н. Технологиите подпомагат оценката на представянето на база на краткосрочни резултати.

Когато корпорацията е цар, има силна конкуренция за привлечането на най-добрите таланти. Представянето на работната сила е измервано и анализирано постоянно. Развитието в тази реалност, за разлика от предходната, е концентрирано в малки основни групи с висок потенциал. Мениджър „Управление на човешките ресурси“ прогнозира нуждите за таланти в бъдеще, оценява представяне, както и изработва политиката за задържане на персонал. Технологиите подпомагат непрекъснатия анализ на данни и оптимизация.

Компаниите ги е грижа и талантите се подбират на база на правилно поведение и нагласи. Възнаграждението е общо и отчита и съпричастността към организацията. Професионалното развитие върви ръка за ръка с доброволчеството. Служителите преминават обучение за оценка на етични дилеми. Мениджърът „Управление на човешките ресурси“ се явява пазител на бранда, като той следва да създаде корпоративната култура и норми на

поведение. Технологиите помагат чрез осигуряване на гъвкавост при определянето на график на работно и свободно време, както чрез осигуряването на минимално въздействие на дейността върху околната среда.

Когато хората са първи, талантите се привличат на база на представените цели на компанията и ако те ги харесват, се присъединяват. Фокусът при представянето и възнаграждението е fair play-а. При диспут относно възнаграждението сформиранията гилдия ще защити работниците си. Работниците са отговорни за обучението и развитието си, като се обръщат към гилдията за подкрепа. На практика ролята на мениджъра „Управление на човешките ресурси“ се поема от бизнес лидерите и гилдиите. Технологиите подпомагат създаването на отворено, честно и колаборативно общество.

Независимо в коя реалност ще оперира дадена компания, тя ще трябва да посрещне редица предизвикателства. Ще се наложат промени в необходимите умения, характеристиките, определящи дали един служител е талант или не, ще бъдат създадени нови длъжности, ще се промени процесът за подбор на персонала.

Заклучение

Развитието и въвеждането на системи, базирани на изкуствен интелект, създава както редица възможности, така и редица предизвикателства, които компаниите следва да посрещнат в близко бъдеще. Въвеждането на AI ще промени функциите на хората в различните процеси, уменията, които имат, начина по който биват селектирани, много професии ще бъдат заличени, но ще възникнат и много нови. Важно е динамиката на развитие и въвеждане на AI във всяка компания да се разглежда в контекста на комплексната глобална среда – бърз напредък на технологичните иновации, демографските промени, значимото нарастване на населението, което се премества да живее в градовете, ограничеността на ресурсите и климатичните промени и изместването на глобалната икономическа власт от развитите към развиващите се държави.

Развитието на изкуствения интелект силно влияе върху структурата на компанията, взимането на управленски решения, управлението и задържането на работната сила. За посрещането на предизвикателствата, породени от въвеждането на AI сис-

теми, компаниите следва да предприемат редица действия: при въвеждането им да се осигурява контрол от най-високо ниво в компанията; да се осигури работна сила със знания за бизнеса, наука за данните и инженеринг на данните; корпоративната култура следва да прегърне AI; да се направи избор на ефективна и ефикасна организационна структура; да се реши по оптимален начин проблема с липсата на таланти.

Управлението на компаниите ще претърпи значими промени, както в структурата си, така и на функционално ниво. Представени са визии за това, как системите, базирани на изкуствения интелект, ще повлияят на управлението на бизнеса. Фокусът е поставен върху управлението на човешките ресурси, защото промените ще са едни от най-значимите в организацията – ще изчезват професии; ще се създават нови професии; ще се изискват нови умения от работещите в организациите; талант за организацията ще има ново значение; ще се промени начинът на подбор на работната сила; ще се изискват нови умения от мениджърите „Управление на човешките ресурси“ и др.

В близко бъдеще се очаква AI системите да поемат задачи, а не да заемат изцяло съществуващи работни места. Освен това ще се създадат редица нови работни места в резултат на възникващите нови професии. Това ще наложи значителни промени в самото управление на работната сила в компаниите, както и начина, по който се осъществява то.

Не трябва да се забравя и това, че обикновено въвеждането на AI системи изисква много данни, капиталови разходи и персонал, който да работи с тях. Тези фактори способстват за разтварянето на пропастта между развити и развиващи се държави, което може да създаде значителни напрежения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Групата на Световната банка, (2019). Променящата се природа на работата. Доклад за световното развитие 2019. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/840761559349527449/pdf/Main-Report.pdf> [Посетен на 19.07.2019 г.]

2. PwC, (2017). Sizing the prize What's the real value of AI for your business and how can you capitalise?. Available at <https://www.pwc.com/gx/en/issues/analytics/assets/pwc-ai-analysis-sizing-the-prize-report.pdf> [Посетен на 30.06.2019 г.]

3. PwC, (2017). Workforce of the future The competing forces shaping 2030. Available at <https://www.pwc.com/gx/en/services/people-organisation/workforce-of-the-future/workforce-of-the-future-the-competing-forces-shaping-2030-pwc.pdf> [Посетен на 30.06.2019 г.]

4. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). World Population Prospects 2019: Highlights. ST/ESA/SER.A/423. Available at https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf [Посетен на 13.07.2019 г.]

5. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, (2018). World Urbanization Prospects: The 2018 Revision: key facts. Available at <https://population.un.org/wup/Publications/Files/WUP2018-KeyFacts.pdf>. [Посетен на 13.07.2019 г.]

6. Florida, R., (2017). The Economic Power of Cities Compared to Nations. Available at: <https://www.citylab.com/life/2017/03/the-economic-power-of-global-cities-compared-to-nations/519294/> [Посетен на 17.07.2019 г.]

7. Protiviti, (2019). Competing in the Cognitive Age - How companies will transform their businesses and drive value through advanced AI. Available at: https://www.protiviti.com/sites/default/files/united_states/insights/ai-ml-global-study-protiviti.pdf [Посетен на 03.07.2019 г.]

8. Stanford University, (2016). One Hundred Year Study on Artificial Intelligence (AI100). Available at: <https://ai100.stanford.edu> [Посетен на 26.07.2019]

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Ас. д-р Екатерина Цветанова е щатен преподавател към департамент „Администрация и управление“ на Нов български университет. Притежава докторска степен по „Бизнес администрация“. Дисертацията ѝ е на тема: „Конструиране на модел за прогнозиране на риска от изпадане в несъстоятелност на непублични български дружества“. Научните ѝ интереси са свързани с моделирането на икономическите процеси, управлението на риска, оценка на кредитния риск и др. Като експерт е взимала участие в редица проекти, свързани с оценката на активите в българския банков сектор, въвеждането на системи за управление на риска, конструиране на модели за оценка на кредитния риск.

АНАЛИЗ НА „КОМУНИКАТИВНОТО ДЕЙСТВИЕ“ НА ХАБЕРМАС ПО ОТНОШЕНИЕ НА ФОРМИРАНЕТО НА КУЛТУРНИ ПОЛИТИКИ

Елена Благоева

Нов български университет

Анотация: Творбите на Хабермас за демокрацията, комуникативното действие, етиката и рационалния дебат в обществената сфера се използват широко като теоретична основа за същността на културните политики. Неговата теория за комуникативното действие прави разлика между императивните нужди на системата и рационалността на жизнения свят (lifeworld) на човека. Целта на настоящата статия е да анализира концепцията на Хабермас за „комуникативно действие“ като алтернативна парадигма за изграждане на културна политика не чрез инструментално действие, а чрез демократичен консенсус, в който участниците сами определят целите на бъдещото развитие. Обосновава се и необходимостта от зрелост, адекватност и мотивация на гражданското общество в културната сфера.

Ключови думи: комуникативно действие, жизнен свят, културна политика.

HABERMAS „COMMUNICATIVE ACTION“ ANALYSIS IN RELATION TO CULTURAL POLICY FORMATION

Elena Blagoeva
New Bulgarian University

Abstract: *Habermas's works on democracy, communicative action, ethics and rational debate in the public sphere are widely used as a theoretical basis for the essence of cultural policies. His theory of communicative action distinguishes between the imperative needs of the system and the rationality of the human lifeworld. The purpose of this article is to analyze Habermas's concept of „communicative action” as an alternative paradigm for cultural policy-making, not through instrumental action, but through democratic consensus, in which the participants themselves define the goals of future development. The need for maturity, adequacy and motivation of the civil society in the cultural sphere is also substantiated.*

Key words: *communicative action, lifeworld, cultural policy*

Творбите на Хабермас за демокрацията, комуникативното действие, етиката и рационалния дебат в обществената сфера се използват широко като теоретична основа за същността на културните политики. Неговата теория за комуникативното действие [1] прави разлика между императивните нужди на системата и рационалността на жизнения свят (lifeworld) на човека. Целта на настоящата статия е да анализира концепцията на Хабермас за „комуникативно действие“ като алтернативна парадигма за изграждане на културна политика не чрез инструментално действие, а чрез демократичен консенсус, в който участниците сами определят целите на бъдещото развитие.

Концепцията за комуникативното действие твърди следното – комуникативното действие служи да преведе и обнови културното познание чрез постигане на взаимно разбиране. След което координира действия за социална интеграция и солидарност. Комуникативното действие е процес, чрез който хората формират своята идентичност [2, с. 140].

Самата култура според Хабермас е „комуникативно действие“, нова форма на органична солидарност между хората. Посредством комуникативния консенсус културата започва да заема едно все по-централно място в жизнения свят на хората. Ако човек не може да се ангажира с определена принадлежност, би бил не идеално свободен и рационален субект, а персонна, изцяло лишена от характер – без морална дълбочина. Дори привърженици на либерализма признават, че хората се нуждаят от общността, за да се идентифицират с нея и да признават ценността на своя живот за отражение на и производна спрямо ценността на живота на общността като цяло [1, с. 50].

Целта на комуникативната етика на Хабермас е общество, съставено от водещи диалог субекти и борещо се да постигне консенсус, приемлив за всички.

Комуникативното действие не е просто разговор. То е дискурс, дебат, представяне на аргументи с цел да се постигне консенсус. Този тип действие е начин за свързване на целите на отделните участници по кооперативен начин така, че те да могат да преследват своите индивидуални цели при условие, че могат да хармонизират начините си на действие на базата на съвместно дефиниране на съществуващите условия или наличната ситуация [1, с. 86-87]. Комуникативното действие полага разбирателството като свой основен принцип.

Комуникативното действие има две форми. Първата е договаряне на обща дефиниция, така че съвместната интерпретация да доведе до разбиране. Втората е актуален дискурс и обсъждане на доводи, които да обосноват твърденията или исканията, които са предявени. Именно втората води до действие, защото изисква мислене, привеждане на доводи, за да се валидират исканията. Но основната характеристика на комуникативното действие е, че крайното решение или план за действие трябва да бъдат избрани чрез демократичен консенсус, а да не се подчиняват на външна или пред-зададена цел [1, с. 100-114]. Целта е участниците в публичната дискусия сами да определят целите и съвместно да дефинират ситуациите [3]. Демократичният консенсус отразява жизнения свят, който се състои от „културно предавани и езиково организирани запаси от интерпретационни модели“ и представлява „резервоар от абсолютно знание с безпроблемни основни убеждения“ [1, с. xxiv - xxvii], т.е. предварително формираните ни културни, социални и личностни модели. Жизненият свят ни представя контекста, от който комуникацията, а по-този начин и комуникативното действие, черпи и трансформира [1, с. 70-71], за да постигне консенсус.

Другата възможност, която реално съществува, е наречена от Хабермас „инструментално/нормативно действие“. То е характерно за рационалните системи, каквито са икономиката, държавата или административния апарат. Само по себе си, инструменталното действие, базирано на правила, осигурява ефикасни средства за постигане на някаква цел [1, с. 90]. Но про-

блемите с адекватността на културната политика идват оттам, че инструменталното действие се натрапва в жизнения свят. Системата има склонността да награждава или да действа с принуда, за да използва от културната сфера това, което я легитимира най-добре. Хабермас вижда опасност в редица програми за социално благополучие, които имат тенденция да узурпират нашия всекидневен живот с тяхната прекомерна грижа. Хабермас смята, че тези условия на патронаж незабелязано обезсилват свободата, която се полага на културната област. Ако нормативният акт функционира като средство на някаква елитна/лобистка група, пазара, или държавните интереси, жизненият свят на хората бива узурпиран поради систематично изкривената комуникация. След този процес „жизненият свят не е повече необходим за координиране на действията“ [2, с. 267]. Като резултат хората губят чувство за отговорност към собствения си живот и този на другите с последващата верига от негативни социални последиствия. По тази причина, интуицията на творците често ги кара да се идентифицират с андърграунда или да се обединяват в независими колективи, формирайки автономни зони, за да се опитат да се отхвърлят ограниченията на такава „легитимация“. Комуникативното действие пребивава в жизнения свят, защото там е мястото, където се развива социализация и дискурс. Когато инструментално действие нахлуе там, то замества дискурса с методи на манипулация и подчиняване на хората, вместо да ги окуражава да участват активно. Хабермас посочва основната разлика между едно решение ориентирано от двата типа действия – комуникативно и инструментално. В единия случай се търси взаимно разбиране, а в другия – успех [1, с. 285-288].

Комуникативното и инструменталното действие имат и различна рационалност (*rationality*). Инструменталната рационалност използва сплашване и манипулация като средства на валидност. Изборите на индивида не се ръководят от ценности и чувства, а от изискване на ефективност на всяка цена¹. В политически кон-

¹ Концепцията за рационалност и рационализация се асоциира най-често с Макс Вебер. Той въвежда термина „инструментална рационалност“ в издадената посмъртно книга „Икономика и общество“ (*Wirtschaft und Gesellschaft*, 1922).

текст, инструменталната или стратегическата рационалност подкрепва демокрацията, защото обикновено се прилага с цел да контролира обществото. Обикновените граждани са изключени от политическия процес, който се управлява от експерти. Докато комуникативната рационалност се опитва да осигури обмен между личности, които не се опитват да се контролират взаимно, а да постигнат взаимно разбиране. Или за да бъдеш „комуникативно рационален“, означава да си способен да докажеш (от гледна точка на истинност, правдивост и правилност) валидността на нечи твърдения. Силата на комуникативната рационалност е в това, че общувайки, хората ще правят валидни твърдения, базирани не на предварително наложени и приети норми, а на приети дефиниции, които реално съществуват в жизнения свят. Когато обществото е допуснато да взема решения относно културната политика чрез комуникативна рационалност, властите, индустриите и корпорациите (медийни или други) не биха били в състояние да манипулират общественото мнение. Има доста примери, които показват, че културата се използва по недемократичен начин. Културата, контролирана от правителство или частен сектор, не позволява на „жизнения свят“ да изпълни функциите си като културна трансмисия за социална интеграция и социализация. Добър пример в това отношение са телевизионните мрежи. Те карат публиката да мисли, че има избор да реши какво да гледа, чии възгледи и идеологии да приеме. Но на практика, телевизиите, притежавани от едни и същи корпорации, предават вариации на едно и също нещо. Вместо медиите да се използват за усилване на демократичния дискурс, те го ограничават. В същото време се внушава, че многото станции дават много избори, т.е. медийният свят е демократично организиран. Така предаванията, съдържанието на телевизиите се отдалечава от ценностите на реалния свят. И все повече се действа чрез инструментално действие, което води до по-голямо отдалечаване и т.н. Най-високата цена на това е загубата на вяра в хората, че те могат да имат някакво влияние, не се и опитват да инициират дебат, за да променят каквото и да е. Манипулацията и доминацията на дебата (доколкото той съществува) от административни и други власти, поради използването на инструментално и стратегическо действие, кара гражданите да чувстват, че не е възможно да се разрешат политически

проблеми в каквато и да е област с помощта на честен демократичен дебат. За да може обществото да предизвика промени в културната политика, процесът трябва да се демократизира – комуникативното действие да се реабилитира, за да се разбере, че обществото може да въздейства на обществените политики само ако отстоява своето право на демократичен дебат. Културата и културната политика са призвани да допринасят за увеличаване на общото благо, а не за задоволяване на индивидуални или партизански цели. Това изисква обществото да участва демократично в създаването и контролирането на политиките като споделен общ смисъл. В тази връзка Хабермас разглежда въпроса за идентичността на индивида, като смята, че тя е преплетена с колективни идентичности и може да бъде стабилизирана само в културна мрежа. По отношение на формиращата се европейска идентичност, той откроява шест социо-културни опори [4]:

- Изповядването на „етоса на солидарността и социалната справедливост“;
- Наднационалното сътрудничество, родено от уроците на миналите опустошителни войни;
- Светското общество – институциите не биха могли да прокарват решения, обявявайки ги за божествена мисия или да отговорят на предизвикателства, призовавайки за публична молитва;
- Убедеността във „формиращата мощ на държавата“, която трябва да коригира сривовете на пазара;
- Политическите партии, които се противопоставят на „социопатологичните последици на капиталистическата модернизация“;
- Отказът от смъртно наказание.

Ако теорията на Хабермас има някакъв недостатък, той определено е в липсата на междинното звено между формирането на мнения и нагласи в „жизнения свят“ и тяхното превеждане на езика на политики и прилагането им, което би довело да стабилна социална интеграция. Това създава тенденция системата да се стреми и да постига все по-голяма стратегическа колонизация на жизнения свят. В късния си труд „Between Fact and Norms“, Хабермас излага по-оптимистичната си версия за способността на публичната сфера в демократичните правови държави да функционира като сфера за дебат, свободен от нечие господство. Публичната сфера съдържа не само инструменталната рационалност

на стратегическото действие, но и комуникативни действия. Така че съществува възможност, чрез законодателство, подкрепа, регулативни мерки, държавата да работи срещу колонизацията на комуникативните действия на жизнения свят и да даде гаранции, че в обществото се взимат предвид не само икономическите или политическите цели. Хабермас предлага нормативен модел на демокрация – „делиберативна демокрация“ (deliberative democracy), според която формирането на позиции в публичната сфера се трансферира към правната и политическата система, за да легитимира обвързващи решения, които после се прилагат обратно в обществото [5]. При делиберативната демокрация институциите (на правовата държава) трябва не само да защитават индивида от подтисничеството на държавата, но и да действат като носители на комуникативната рационалност. Те стават изключително важни за демокрацията, защото легитимно трансформират общественото мнение в комуникативна власт. Следователно успехът на делиберативните политики не зависи от колективно действащото гражданство, а от институционализирането на съответни процедури и условия за комуникация и от взаимодействието между неформално възникналата публичност и формирането на мнението и волята с участието на законодателните и правораздаващи институции. Съществува „синхронизирано взаимодействие“ между публичната сфера и институциите – формирането в публичността политическо мнение се трансформира в „комуникативна власт“ и влияе пряко и постоянно върху процесите на законодателство и правораздаване [3].

Отнесен към културата и културната политика, теоретичният подход на Хабермас показва, че при съответните условия, културата и културната политика имат потенциала и възможността да реагират на колонизационния процес на инструменталната и стратегическата рационалност.

Българската културна политика не е предмет на тази статия. Но ако имаме предвид анализираният по-горе теоретичен подход, някои изводи стават очевидни. В последните години държавата прави редица опити и предприема действия, с които да улесни развитието на културния сектор. Въпреки това основателно може да се каже, че рамката за развитие на културата и културните институции, която се предлага, е далеч от парадигмата на

„комуникативното действие“. Преди всичко, българската културна политика, доколкото я има, не е структурирана да дава визия или да внушава определени послания. По-скоро впечатлението е, че тя представлява набор от определени действия, които се предприемат под натиска на местните обстоятелства или се изискват от външни институции [6]. Въпреки актуализацията на нормативната уредба и реформите в посока на децентрализация, дневният ред на културната политика не се усеща и развива като вътрешна потребност и чрез ангажираност на сектора и на по-широките обществени слоеве, а по-скоро като резултат от множество странични и/или случайни фактори, които по никакъв начин не са предшествани от анализ и осмисляне на възможности, проучване на международен опит и изграждане на стратегическа визия за развитие на културата [7].

Една от причините е именно липсата на комуникативен консенсус в обществото за ролята на културата – каква визия за бъдещето дава, каква ценност представлява, ресурс ли е за развитие, би ли могла да доведе до положителни резултати в икономическата, социалната и (защо не) в политическата сфера? Държавата сама, в лицето на експерти и служители, не би могла да вземе решения, които да доведат до „комуникативно действие“. Гражданското общество би трябвало да бъде включено в дискутирането и разработването на културната политика не само за да извлече ползи, а и за да я чувства „своя“. Споделянето на интереси, отговорности, взимане на решения между държавата и всички заинтересовани страни би трябвало да се въведе от замисъла до осъществяването на политиката, за да се постигне обществен консенсус и мотивация на всички нива. Подобен подход обаче би останал утопия или още по-зле, би довел до пълен хаос, ако самите институции на гражданското общество не са достатъчно компетентни, адекватни и мотивирани. Няма особени доказателства, че в настоящия момент повечето от тях са такива. Не е никак лесно, а и много обстоятелства пречат в България на тези, които желаят да „правят“ политика на културата да се изравнят по качество с тези, които „правят“ културата. Но това би могло да бъде една цел (желателно – краткосрочна), която да доведе до синергия и да изведе българския културен сектор до полагащото му се място в обществения живот.

Културната сфера чрез форумите за формиране на обществено мнение, т. е чрез активно участие на гражданското общество, могат да произвеждат комуникативна власт, която чрез определени процедури да се превръща в политика, отразяваща обществената реалност, запазваща експресивната рационалност на творчеството, работеща за свят, където културното различие и разнообразие съжителства в дух на разбиране и разбирателство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Habermas, J. (1984) *The Theory of Communicative Action*. Vol.1: Reason and the Rationalization of Society. Boston: Beacon Press. Electronic book. Available at: <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/07/jurgen-habermas-theory-of-communicative-action-volume-1.pdf>

2. Habermas, J. (1987) *Theory of Communicative Action*, Vol.2: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason (Book). Boston, Mass.: Beacon Press.

3. Йотов, С. (2006) *Хабермас и претенциите на автономията*. София: Изд. Агата-А, с. 124.

4. Аврейски, Н. (2007) Европейската идентичност. – В: *Геополитика*, бр. 4, стр. 2.

5. Habermas, J. (1998) *Between Facts and Norms*. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy, Cambridge, Massachusetts: MIT Press, pp. 340-341, p. 358.

6. Димитрова, С. (2010) Национална културна политика на България по отношение на връзката „култура – развитие“, Варна: Икономически университет, с. 9. Достъпно на: <https://www.academia.edu/29526777>

7. Кабаков, И. (2013) Непосилната лекота на културната политика. – В: *Публични политики*.bg, 4 (1), с. 14.

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Елена Благоева е доктор по културология, специализирала е европейска интеграция в Европейския колеж, Брюж, и международни връзки в Институт „Отворено общество“, Будапеща. Интересите и изследванията ѝ са в областта на управление и политики в образованието и културата. Работила е като експерт и консултант по проекти към програма ФАР, програма „Хоризонт2020«, Съвета на Европа, Европейската агенция за образование, аудиовизия и култура и др. Има широка експертиза в управление на международни проекти, интернационализация на висшето образование и интеркултурни аспекти на управлението. Автор е на книгите „Европейското измерение в образованието и културата – политики и управление“ и „Интернационализация на висшето образование в Европа“.

ОПАКОВКИТЕ НА ШОКОЛАДОВИТЕ ИЗДЕЛИЯ – МОТИВ ЗА ПОТРЕБИТЕЛСКИ ИЗБОР И ИНСТРУМЕНТ ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ

Доц. д-р инж. Кирил Г. РАДЕВ,
Габрина Светославова
Нов български университет

Анотация: В доклада са представени резултатите от научно изследване с главна цел: Изследване на влиянието на опаковките на шоколадовите изделия, предлагани на българския пазар, върху избора на продукт, респективно възможностите за конкурентоспособност на организациите. В логичен ред са представени резултатите от: анализа на нормативната база, регламентираща вида и съдържателните характеристики на опаковките, и изследването на влиянието на опаковките на шоколадовите изделия, предлагани на българския пазар, върху избора на продукт и възможностите за конкурентоспособност на организациите. В резултат на изпълнението на главната цел са направени изводи и препоръки за подобряване на конкурентоспособността на организациите чрез процесите на избор на продукт във функция от техните опаковки.

Ключови думи: организационно развитие, стратегическо управление, маркетинг, предприемачество, организационна култура.

CHOCOLATE PRODUCTS PACKAGING - A MOTIVE FOR CONSUMER'S CHOICE AND A TOOL FOR COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS

Assoc. Prof. Kiril G. RADEV, Dipl.ME.Eng., Ph.D.

*Gabrina Svetoslavova
New Bulgarian University*

Abstract: *The report presents the results of a scientifically research study with the main purpose: Investigation of the impact of chocolate products packaging offered on the Bulgarian market on the choice of product, respectively the opportunities for competitiveness of the organizations. In a logical sequence are presented the results of: the analysis of the regulatory framework regulating the type and content characteristics of the packages and the study of the influence of chocolates packaging offered on the Bulgarian market on the product selection and the competitiveness opportunities of the organizations. As a result of achieving the main goal, conclusions and recommendations have been made to improve the competitiveness of organizations through the processes of product selection, as a function of their packaging.*

Key words: *organizational development, strategic management, marketing, entrepreneurship, organizational culture.*

С настъпването си XXI в. внесе нов цивилизационен модел, който постави съществени промени в развитието на човечеството, неговата икономика, наука и социален живот. Утвърждаването на демокрацията в по-голямата част от света безспорно причини забележителна промяна във взаимодействието и общуването между хората във всяка една сфера. В този смисъл, глобализацията формира едно ново консуматорско общество, чиито изисквания към днешна дата достигат до желание за по-бърз и по-лесен достъп до много повече стоки. Предпочитанията изместиха фокуса си към удовлетвореността и свободата. Така се промениха и тенденциите за потребителските изживявания. Емоцията, забавленията и фантазията са задължителните фактори, търсени от потребителя по време на придобиване на даден продукт. Променили своите разбирания и ценностна система, хората днес използват основно очите си като ключов измерител в своя живот. Модерното консуматорско общество приема визуалните стимули за жизненоважни и често като единствен начин за придобиване на информация, независимо от контекста на избора – социален или потребителски такъв.

В света на бизнеса ползата от преобърнатите представи се изразява в начина на поднасяне и представяне на стоките – опаковката. Още от дълбока древност тя е неразривно свързана с търговията. Първоначалната ѝ поява се свързва с осигуряването на удобство при транспортиране и съхранение на продуктите. Днес тези функции заемат второстепенно значение, след като фирмите откриват предимства за растеж и устойчивост в развитието на икономиката. Истината е, че независимо колко качествено е даденото изделие, каква стойност е изхарчена за реклам-

ни кампании, проучвания, брандинг и т.н, ключът към успеха вече се крие и в опаковката. Разбира се, всяко едно от изброените е важен фактор, който събужда интереса у потребителя. Те ще го накарат да посети магазина или сайта, но е много вероятно да не го мотивират да закупи продукцията. „Опаковката е лицето на продукта ви, което потребителят вижда в повратен момент – преди да вземе решение за покупка“. [Зийман, 2004]

Анализ на нормативната база, регламентираща съдържателните характеристики на опаковките

В хода на създаване на опаковката, предприемачът е длъжен, новосъздаденият продукт и неговата външна обвивка да отговарят на множеството изисквания, предявявани от страна на пазара, нормативните документи и не на последно място, на потребителите. Преди въвеждането в продажба, за стоките трябва да се осигури съответствие с нормативно установените изисквания за безопасност, съгласно българските и европейски стандарти.

Европейският съюз е издал директиви и регламенти в областта на безопасността на храните, които пряко засягат и тяхното опаковане. Изискванията са разпределени в две основни групи документи. В първата група са директивите, които се отнасят до общите изисквания и указания за производство и търговия. Във втората група са включени специализирани директиви, които засягат изискванията към конкретен обект и имат отношение към технически проблеми, състав, методи за производство, методи за контрол, необходима съпровождаща документация и др. За доказването на безопасността на опаковките и материалите, предназначени за пряк и непряк контакт с храните, се прилага основополагащият документ – Регламент (ЕС) 2018/213 на Европейския парламент и на Съвета от 12 февруари 2018 г. [Официален вестник..., 14.02.2018] Предвид се взима първоизточникът на следния регламент – Регламент (ЕО) №1935/2004 на Европейския парламент и на Съвета от 27 октомври 2004 г. Разпоредбите в тях гласят следното: „От материалите и предметите, предназначени за пряк или непряк контакт с храни, не трябва да преминават към храната нискомолекулни вещества в количества, които могат да увредят здравето на човека. На хигиенен контрол подлежат всички материали, включително активните и интелигент-

ните, и изделия, използвани като съдове и опаковки, машини, детайли и части за тях, съдове, предназначени за подготовка, смесване, производство и транспорт, детайли за прибори, машини и апарати, предназначени за контакт с храни и напитки, както и съдове за приготвяне и съхраняване на храни и напитки за бебета и деца.” Изпитвани за безопасност са опаковките и материалите, приемащи формата на пликосе, фолиа, листовсе, кутии, буркани, флакони, блистери, подложки, капачки и др. В случай че производството отговаря на допуснатите граници, които съответният регламент определя, то може да се докаже безопасността на стоките, което ще разреши излизането им на пазара.

Още изисквания към опаковките внася и Наредбата за опаковките и отпадъците на опаковки [Наредба за опаковките и...2012]. Освен подчиняването на редицата екологични изисквания, тя представя задълженията на производителите за пускане на произведената продукция на пазара. В състава на опаковките могат да влизат само минимални количества вредни вещества, за които предварително са установени пределно допустими норми за съдържание на четирите тежки метала – олово, кадмий, живак, хром. Физическите свойства и дизайнът на опаковката трябва да гарантират възможност за многократно използване, а след приключване на срока на годност – извличане от нея на ценните суровини или компоненти. Европейският съюз и тук е наложил норми, които всяка страна членка трябва да покрие за определен период от време.

С цел постигане на оптимални технико-икономически, социални и екологични показатели от дейността на организациите се използва и международният инструмент за управление на качеството – стандартизация. Основният ѝ елемент е стандартът. Той представлява нормативен документ, определящ норми, правила и изисквания към обекта на стандартизация. [Радев, 2016] Аргументацията за възникването на различните стандарти се състои в създаване на доверие у потребителите към качеството на продуктите. В контекста на безопасността на хранителните продукти се използват стандартите на ISO (International Organization for Standardization). Съществуват множество международни стандарти, насочени към управлението на качеството в хранителния сектор. Стандартът ISO 22000:2018 Системи за управление на безо-

пасността на хранителни продукти. Изисквания към всяка организация в хранителната верига е хармонизиран като български стандарт БДС EN ISO 22000:2018 с превод на български език. [Храните и международните..., 2017] Серията стандарти ISO 22000 определя изискванията, на които всяка една организация трябва да отговаря относно безопасността на хранителните продукти. Специално внимание е обърнато на процесите за:

а) планиране, внедряване, прилагане, поддържане и актуализиране на системите за управление на безопасността на хранителните продукти;

б) доказване на съответствието на произвежданите продукти с приложимите законови и регулаторни изисквания за безопасност на храните;

в) оценка на изискванията на клиентите и съответствието на предлаганите продукти с условията и изискванията, договорените с клиентите, отнасящи се пряко до тяхната безопасност;

г) обмен на информация със заинтересованите страни, участващи в хранителната верига;

д) получаване на сертификация или регистрация на система за управление на безопасността на хранителните продукти от външна организация;

е) получаване на сертификация или регистрация на система за управление на безопасността на хранителните продукти от организацията – производител (самооценяване);

ж) деклариране на съответствие на произвеждан продукт със стандарт БДС EN ISO 22000:2018.

Интересен казус относно стандартизацията се наблюдава през 2017 г., когато Българската агенция по безопасност на храните провежда сравнителен анализ за качеството на храни, произведени от един и същ производител, предлагани както в България, така и в различните членки на Европейския съюз. [Анализ на проверките..., 2017] Извършената проверка установява наличието на т. нар. „двойствен стандарт“, който се характеризира с отклонения в цената и качеството на продуктите между различните държави. За осъществяването на анализа се разделят пет основни групи стоки – шоколадови изделия, безалкохолни напитки, детски храни, млечни продукти и месни продукти. В групата на шоколадовите изделия биват констатирани следните различия:

- етикирането на българския и германския доставчик представя несходна информация относно състава на продуктите;
- наблюдава се различие в цвета на аналогични продукти, което се образува поради диференцираното съдържание на какао – повече количество в българския продукт, в сравнение с този от Западна Европа;
- при провеждането на физикохимичния анализ се наблюдават различия в някои от стойностите на лабораторните показатели (процентно разминаване на показателите: мазнини, захари, какао, белтъци). В този случай отклоненията се приемат за несъществени и влизаци в рамките на допустимото.

Публикуваният от Министерството на земеделието, храните и горите анализ показва, че освен качествени, изследваните стоки притежават и ценови различия. Установява се нееднаквост в цените между 20% и 70% при шоколадовите изделия. Непосредствено след проверката, темата за двойствен стандарт на храните бива представена пред Съвета на министрите в ЕК. През 2018 г. по време на Форума на високо равнище „Двойният стандарт при храните в ЕС – да сложим проблема на масата“, проведен в София, еврокомисарят Вера Юрова представя вижданията на ЕК за промени в няколко европейски директиви. [Порожанов обяви..., 2017] Смята се, че Европейската комисия ще подпомогне прекратяването на практиките за производство на хранителни продукти от една и съща марка, но с различни съставки. Министърът на земеделието Румен Порожанов излага положителните си нагласи към премахването на двойствения стандарт. Към днешна дата промени не се дефинират.

Друг сериозен проблем за конкурентоспособността, с който производителите все още се борят, е продажбата на т. нар. „имитиращи продукти“. Днес, във все повече магазини могат да се забележат рафтове, носещи обозначението „еко“, „био“ или „от екологично чист район“. Възникналият проблем в този аспект е, че голяма част от стоките са несертифицирани, но представяни като биологични продукти. Съгласно Закона за храните и Закона за прилагането на общите организации на пазарите на земеделски продукти на ЕС, дейността на „фалшивите биохрани“ се счита за нелоялна конкуренция, представяйки заблуждаваща информация на своите етикети. През 2018 г. е въведено изискване за имитира-

щите продукти, чийто състав съдържа мляко, да притежават специална опаковка, да се продават на отделни щандове и да бъдат ясно обозначени с надписа „Имитиращи продукти“. [Имитиращите продукти..., 2018] Насрочената дата за внедряването на новите правила е 14 януари 2019 г. След тази дата българското законодателство следва да предприеме мерки срещу нарушителите като: информира производителите за нарушението с цел доброволно преустановяване на дейността, сезиране на компетентните органи за надзор на пазара – завеждане на съдебни иски. За поставянето на заблуждаващи етикети са определени глоби от 1 000 лв. до 10 000 лв. [Производство, разпространение..., 2006]

Изследване на влиянието на опаковките на шоколадовите изделия, предлагани на българския пазар върху избора на продукт, респективно възможностите за конкурентоспособност на организациите

В България и по света се наблюдава тенденция на фирмена политика, която представя клиента като основна движеща сила. Анализът върху познанието и разбирането на неговото поведение е решаващ за дългосрочния успех на организацията. [Радев, 2019] Подобен ефект се изгражда и в индустрията на шоколадовите изделия. Пазарът на този вид стоки е строго специфичен поради особености в характеристиките на продукта и потребностите на клиентите. Това ярко се забелязва в покупките на българския клиент, който още бива подложен на културни влияния и разбирания, усложняващи процеса на покупка.

Главните цели на проведеното изследване са:

А) Дефиниране на профила на потребителите на шоколадови изделия в Република България;

Б) Изследване и анализ на поведението на потребителите в зависимост от външния вид на продукта.

За постигане на посочените цели е проведено анкетно проучване със следните научни задачи:

– анализ на потребителските решения при покупка на шоколадови изделия;

– анализ на потребителските предпочитания, относно: по-скъп или по-евтин бранд предпочитат;

– анализ на готовността на потребителя да похарчи по-голя-

ма сума за по-люксово изглеждащ продукт;

- анализ на съотношението качество – цена;
- анализ на съотношението опаковка – качество.

Като отговор на поставените задачи се очаква потвърждаване на следните хипотези:

Хипотеза 1: Желанието на потребителя е във функция от достъпната и вярна информация на опаковката.

Хипотеза 2: Опаковката като визуален стимул влияе пропорционално на избора на продукт и марка.

• **Методология за събиране на данни.**

Успешното постигане на проектната цел предполага събиране, обработване и анализ на голямо количество информация. Предвид проучвателния характер на изследването и амбициите за откриване на взаимовръзка между външния вид на даден продукт и решението за неговата покупка са използвани основно научните методи: системен, научен и индуктивен. Набирането на данни се формира чрез метода на анкетното проучване. Обработката на данните от анкетното проучване се осъществи чрез методите: сравнителен анализ, причинно-следствена връзка и зависимости, Парето-анализ, хистограма и други графични методи. Изведените числови крайни резултати са анализирани и представени посредством диаграми и таблици.

В това изследване са взети предвид и всички етични правила по отношение на защитата на личните данни на участниците в анкетата и гарантирането на тяхната анонимност. Респондентите са информирани предварително относно предназначението и използването на резултатите от посочените отговори, както и относно отсъствието на риск в контекста на изследователските условия.

• **Изследване на анкетното проучване.**

Ключовите нагласи на крайните потребители към опаковките на шоколадови изделия са изведени на основата на проведена анкета. Този количествен метод за изследване беше предпочетен, защото позволява да се оцени в широк обхват значението на изследваните елементи. В рамките на проучването са анкетирани 112 човека, от които 38 мъже и 74 жени. Анкетното проучване е направено през месец януари 2019 г. и има за цел да определи приори-

тетите на респондентите, на основата на които да бъдат направени изводи за тенденциите на всеобщото потребителско поведение, в контекст с целите, задачите и хипотезите на изследването.

Проучването включва 16 въпроса, които условно могат да бъдат групирани в четири части:

I. Демографски въпроси.

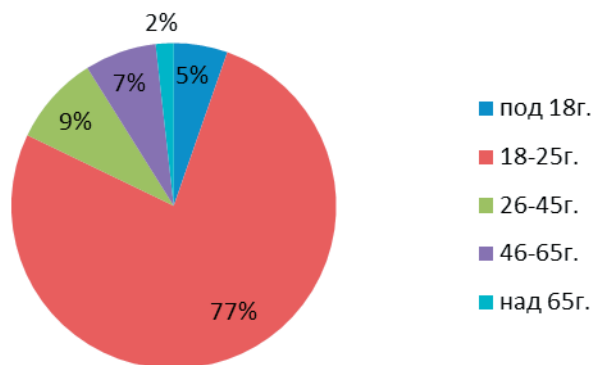
II. Въпроси, свързани с поведението на потребителя и вземането на решения.

III. Въпроси, свързани с отношението на потребителя към опаковката.

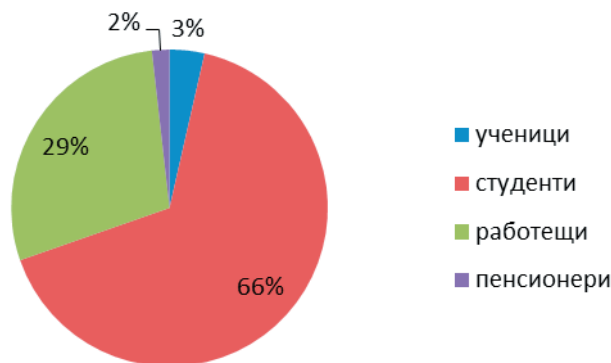
IV. Въпроси, свързани с предпочитанията и избора на марка.

Въпросите, отнасящи се до социално-демографския статус, дават възможност да се изгради образът на анкетираните. Проучването разглежда поведението на 74 жени и 38 мъже, от които най-голямата група са на възраст между 18-25 години (общо 86 човека). Останалата част от разпределението се разграничава на анкетираните под 18-годишна възраст, на възраст между 26-45 години, между 45-65 години и над 65-годишна възраст.

На **Графика 1** е представено дяловото разпределение на респондентите по възраст. Видно е, че най-голяма част от участниците в анкетата са във възрастовата група от 18-25 години, а най-малка е групата на респондентите под 18 години. Разпределението на анкетираните по занятие е представено на **Графика 2**. Доминиращата част от участниците в анкетното проучване са студенти - 66%, следвани от работещите, а най-малък процент анкетираните са пенсионери.

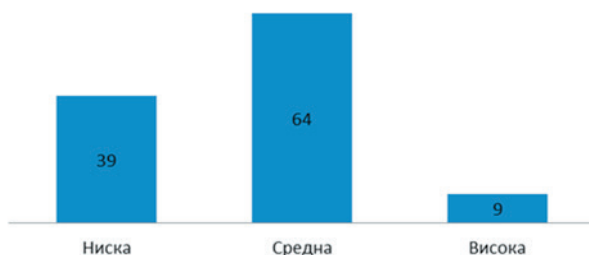


Графика 1. Възрастово разпределение на респондентите



Графика 2. Разпределение на респондентите по занятие

Изследването на оценката на респондентите относно покупателната им способност, сравнена с минималната работна заплата в Република България за периода на проучването, показва, че само 9 % от тях я възприемат и оценяват като „висока“, 39 % – като „ниска“ и 64% като „средна“ (**Графика 3**). Отчитайки допълнителните аналитични данни от изследването (които не са представени в настоящия доклад), може да се направи изводът, че потреблението на шоколадови изделия в зависимост от покупателната способност на потребителите е на средно равнище, но желанието за потребление е високо.



Графика 3. Покупателна способност на дохода спрямо минималната работна заплата (бр. гласували)

След като беше изградена визия за участниците в проучването, следва да бъде разгледано и анализирано поведението им при покупка на шоколадови изделия посредством втората група въпроси. Чрез тях се изследва информираността на потребителя

и повлияването му от странични импулси като реклами, препоръки от близки и др.

Честотата, видът, начинът, мястото и характерът на покупката са основните разглеждани елементи в тази част от анкетата. Резултатите от анализа показват, че повече от 50% от анкетираните осъществяват покупка на шоколадови изделия веднъж месечно (**Графика 4**).



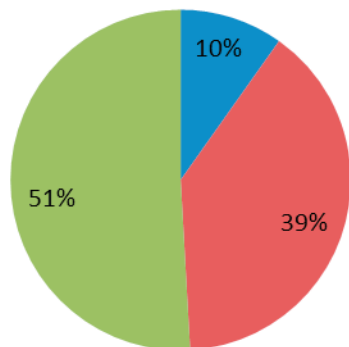
Графика 4. Честота на закупуване на шоколадови изделия

Изборът на местоположение за покупка и начинът на извършване на действието определят нивото на информираност на потребителите. Идентифицирането на данните показва, че анкетираните са минимизирали вложените усилия при пазаруване. Голяма част от тях споделят, че мястото на обекта за пазар няма притегателна сила (**Графика 5**). Това поведение се обуславя вероятно и от видовото разнообразие и лесна достъпност на продуктите. Мобилността на потребителите е допълнителен фактор, който занижава лоялността към търговските марки. Това се забелязва и в начина на вземане на решение, което според анкетата най-често бива импулсивно (**Графика 6**).

Последните два въпроса от тази група въпроси имат за цел да изведат предпочитанията на потребителите относно вид на шоколадовите изделия и съответните мотивационни инструменти. От данните на **Графика 7** може да се направи изводът, че анкетираните спадат към групата на т. нар. „традиционалисти“, защото демонстрират по-голяма привързаност към доказалите се търговски марки на пазара. Те не изпитват необходимост да поемат рискове, поради което избират познати марки и изделия.

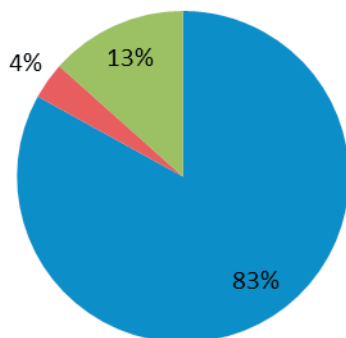
Обратно на очакванията, най-евтините стоки са най-малко желани, наред с най-рекламираните и бутикови такива. Несклонността към покупка на тези продукти се характеризира със слабо доверие към съдържанието им и съответно към информацията, получена от рекламните носители.

■ От най-близкия малък магазин ■ Верига магазини ■ Без значение

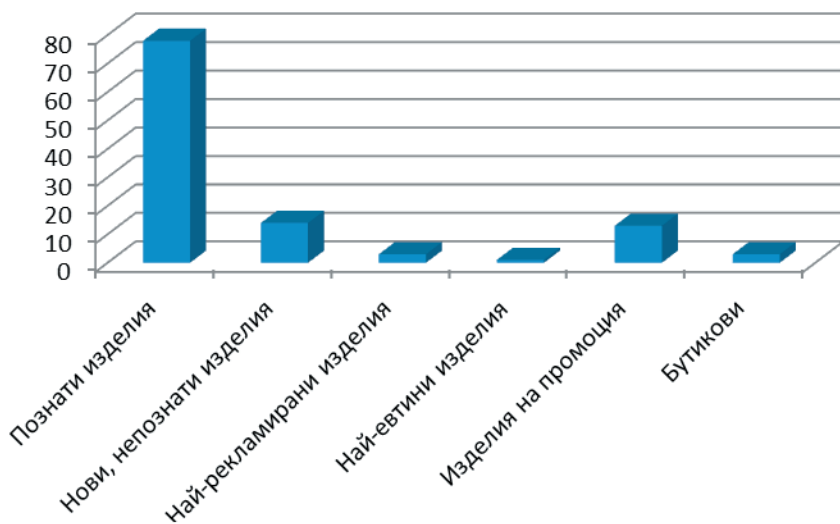


Графика 5. Местоположение на покупка на шоколадови изделия

■ Импулсивно ■ Провокирано от реклама ■ Строго планирано



Графика 6. Начин на вземане на решение за покупка на шоколадови изделия

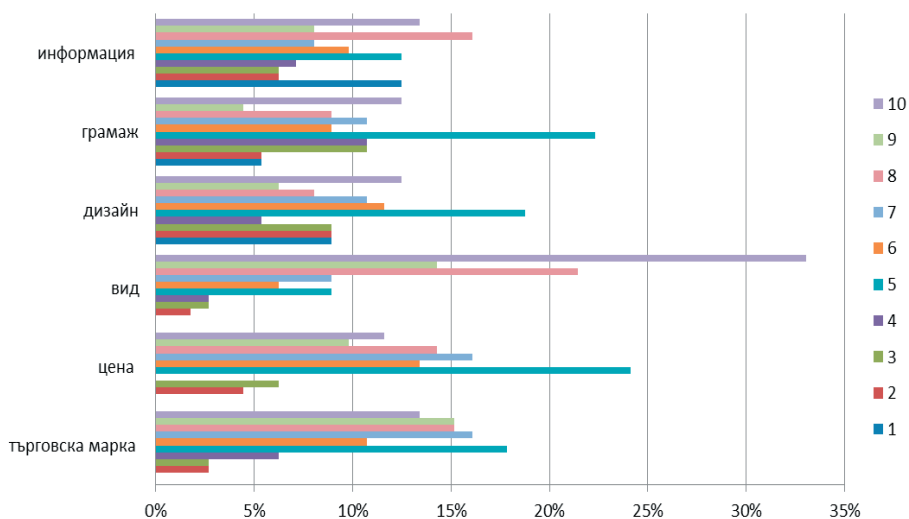


Графика 7. Най-често закупувани шоколадови изделия

Съществен момент в тази група въпроси е откриването на предпочитаните елементи при покупка. Отговорите предоставят възможност да се извлече максимално ясна тенденция, която ще потвърди потребителските стандарти. На **Графика 8** и в **Таблица 1** е представено процентното съотношение между оценката (от 1 до 10) на потребителите към основните характеристики (мотивационните характеристики) на продукта. Видно е, че мотивационният фактор „вид на продукта“ (млечен, натурален и др.) е с най-голям процент от отговорили с максимална оценка 10.

Таблица 1: Мотивационни фактори на решението за покупка, според предпочитанията на потребителя, оценявани от 1 до 10

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
търговска марка		3	3	7	20	12	18	17	17	15
цена		5	7		27	15	18	16	11	13
вид		2	3	3	10	7	10	24	16	37
дизайн	10	10	10	6	21	13	12	9	7	14
грамаж	6	6	12	12	25	10	12	10	5	14
информация	14	7	7	8	14	11	9	18	9	15
	30	33	42	36	117	68	79	94	65	108

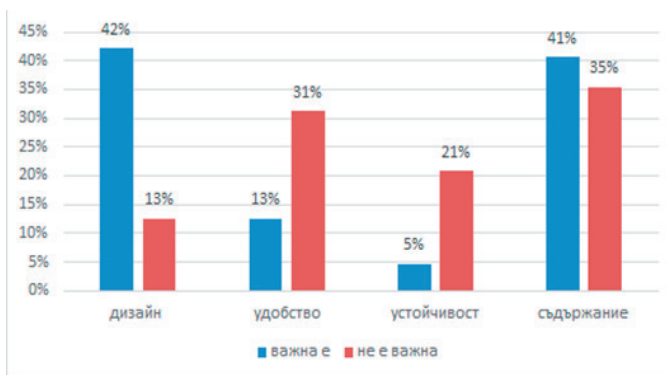


Графика 8. Елементи (мотивационни фактори) на решението за покупка на шоколадови изделия според предпочитанията на потребителя (оценявани от 1 до 10)

От резултатите може да се направи заключението, че всеки един от т. нар. мотивационни фактори има свой конкретен принос при вземането на крайното решение за покупка. Всеки един фактор може да се разглежда както поотделно, така също и в систематична взаимовръзка с останалите.

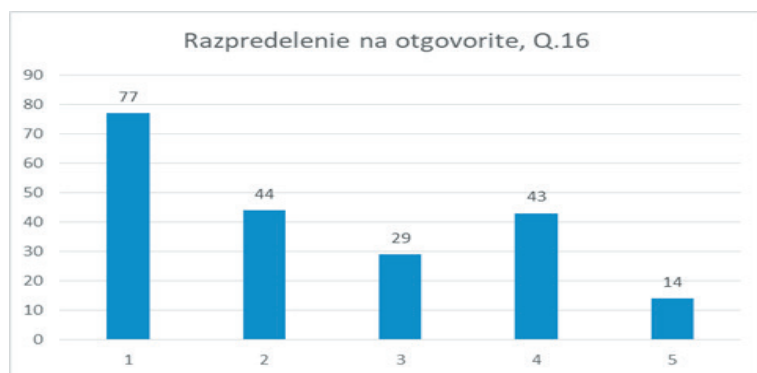
Трета група въпроси се отнася до опаковките и отношението на потребителите към тях. В тази част анкетираните изразяват мнение относно значимостта на външния вид на стоката – дали тя е представена подходящо и изпълнява ли своите функции. На **Графика 9** са представени данните между гласувалите участници с ДА и НЕ на въпроса „Важна ли е опаковката за Вас?“ и считаните за най-важни фактори на опаковката. Анализът на отговорите на въпроса дава основание да се направи изводът, че за потребителите дизайнът е от най-голямо значение от всички останали мотивационни фактори, защото е посочен от 42% от респондентите. Следващи по значимост мотивационни фактори са: съдържание – 41%, удобство – 13% и устойчивост – 5%. Различни са резултатите при хората, които не намират опаковката за важна. При тях са съществени: съдържание – 35%, удобство – 31%, устойчивост – 21% и на последно място се позиционира дизайна – 13%.

Чрез анкетата се проучва и отношението към екологичните параметри на опаковката. Според данните на изследването най-голям процент от хората нямат категорично мнение относно представената проблематика – 42 %. Участниците, които споделят, че е необходимо да бъдат съобразени екологичните изисквания, представляват 34% от общия брой анкетирани. Тези, които смятат информацията за ненужна са най-малко – 24%.



Графика 9. Важна ли е опаковката за Вас по отношение на екологичните изисквания?

Последната четвърта група въпроси разглеждат избора на марка и показателите, обуславящи предпочитанията към нея. Гласувалите са избрали за фаворит марката Нестле – 54 човека. След нея се нарежда Милка с 48 гласа, а най-слабо търсени са шоколадите с марка Своге и Линдт.



Графика 10. Предпочитани показатели при избор на марка

От представените от проучването данни за марка Нестле (**Графика 10**) се вижда, че:

- 77 души купуват продукти на Нестле, защото намират за оптимално съотношението качество – цена;
- 44 човека считат, че изделията на марката притежават красива, стилна и удобна опаковка, което привлича вниманието им;
- 43 от респондентите твърдят, че висококачественото хранително съдържание ги е привлякло при избора на бранда;
- 29 броя от гласувалите дават предпочитание на показателя – промоционална цена.

Резултатите от извършеното изследване дават основание да се направи заключението, че потребителите на Нестле са доволни от начина на представяне на продуктите, както и от съотношението между тяхното качество и цена. Тези обстоятелства са и основните аргументи за формирането на лоялност към бранда.

• **Резултати от изследването и основни изводи.**

Предвид целите на изследването и резултатите от проведеното анкетно проучване, с голяма доза увереност може да се приемат за доказани хипотезите на проучването, а именно:

По **Хипотеза 1**: Желанието на потребителя е във функция от достъпната и вярна информация на опаковката.

Съгласно получените данни от анкетното проучване, достъпната и вярна информация на опаковката не е по-маловажен стимул от предоставената цена и дизайн. Посочените данни на **графика 10** показват, че 77 човека избират марката Нестле за фаворит, защото отговаря на оптималното съотношение качество – цена. Ориентираните потребители към този показател проявяват интерес и към безвредността на съставките, произхода на шоколадовите изделия и съдържанието на какао. В допълнение, 41% от анкетираните потвърждават хипотезата, че желанието им за покупка е във функция от съдържанието на опаковките. Представителите, които не смятат опаковката за съществен причинител на покупка, отново защитават твърдението, че съдържанието е най-значимият фактор. Това най-добре е видно от данните на **Графика 9**, според които, информацията върху опаковката на продукта е един от основните елементи за вземане на решение за тяхната покупка. Повече от 15% от хората поставят оцен-

ка 8 на този показател, като го определят като втори по важност след показателя вид.

По **Хипотеза 2**: Опаковката като визуален стимул влияе правопрпорционално на избора на продукт и марка.

Независимо коя от обследваните характеристики на опаковката е приоритет за потребителя, същата влияе съществено на неговия избор при покупка. В хода на проучването се установи, че 57% от потребителите разглеждат опаковката като важен елемент на продукта. Други (42%) намират дизайна за приоритетен показател, който ще повлияе на тяхното решение за покупка, а останалите 41% търсят информираност относно съдържанието. Обобщените данни и резултати показват, че основното внимание на потребителите при покупка на шоколадови изделия е насочено към качеството на продуктите, но при вземането на решението за покупка влияние оказват и параметрите на опаковките – данни за продукта, дизайн и естетика.

В допълнение на посоченото следва да се обърне внимание и на обстоятелството, че 83% от хората вземат решения за покупка импулсивно, а 70% закупуват познати изделия. Това позволява да се направи заключението, че опаковката е инструмент за изграждане на имиджа на бранда. Много често потребителите по презумпция приемат твърдението, че колкото по-добре е проектирана една опаковка, толкова по-висока е стойността на продукта. Така външният облик се превръща в ориентир за потребителите. Емблематични са примерите на марката фаворит от анкетата – Нестле. Голяма част от потребителите в наши дни свързват червения цвят с „Кит Кат“, чиято история е повече от 80-годишна. Достатъчно разпознаваема е и жълтата опаковка и синьо лого на „Нескуик“. Това са стоки, чиято опаковка в своето начало е работила за имиджа на марката.

Резултатите от научното изследване позволиха да бъдат изведени следните по-съществени проблеми, отнасящи се до:

- честотата на потребление;
- липсата на доверие към търговските обекти и минимизираните вложени усилия при покупка;
- приемането на нови и иновативни продукти;
- цената като елемент, който съчетава в себе си факторите – достъпност и качество;

- степента на информираност относно спазването на екологичните параметри.

Препоръки за подобряване на конкурентоспособността на организациите чрез процесите на избор на продукт във функция от опаковките им

Индустрията на шоколадови изделия у нас разполага с голям потенциал за развитие, което дава множество възможности за подобряване, изработка и реализация на различен и модерен вид продукти. Успехът на компаниите, работещи в сектора на хранително-вкусовата промишленост, зависи главно от характеристиките на средата и равнището на професионална подготовка на мениджмънта. При постигане на оптимална колаборация между тях е възможно изведените проблеми успешно да бъдат разрешени, при вземане предвид на следните конкретни препоръки, относно:

1. Честота на потребление - създаване на по-добри условия за достъп до продуктите и прилагане на адаптивни методи за мотивация на потребителите да закупват съответните продукти. Според участниците в изследването подходящи мотивационни инструменти са:

- презентиране на продукта;
- промотиране;
- рекламна политика;
- обособяване на специални ниши за изследваните стоки в търговските обекти.

2. Липса на доверие към търговските обекти и минимизираните вложени усилия при покупка чрез:

- подобряване на информираността на потребителите относно свойствата и качествата на шоколадовите изделия;
- използване на CRM стратегии;
- разработване на инструменти (геймификация) за постигане на емоционална привързаност и лоялност към бранда и артикулите.

3. Нови и иновативни продукти - потребителите предпочитат познатите изделия. Това ги определя като „традиционалисти“, които нямат необходимост от тестване на иновативни и различни

продукти. В отговор на това, голяма част от марките шоколадови изделия не предприемат промени в създаването на своите продукти, с което губят интереса на своите клиенти. Препоръката в този случай е компаниите да увеличат номенклатурата си. Създадените нови продукти ще съчетават в себе си традиционното с модерното. Новият имидж на стоката ще инициира интерес благодарение на своя вид, качеството на изработката и състава.

4. Цената като елемент, който съчетава в себе си факторите достъпност и добро качество - считано от получените резултати от анкетата, може да се потвърди, че изделията на промоция или акция не биват предпочитани от потребителите. Хипотетична причина за това би могло да бъде слабото доверие към качеството на стоката предвид ниската му цена. Опаковката също би могла да бъде фактор, който създава конкретни очаквания, свързани с цената на предлагания продукт. Оттук следва, че е необходимо организациите да предприемат мерки за по-добра информираност на потребителите си чрез опаковките. Усъвършенстването на дизайна също би могло да подобри имиджа на марката и да увеличи очакванията на клиента, което ще го подтикне към покупка.

5. Необходимост от информираност относно спазването на екологичните параметри - един от основните проблеми, забелязани сред анкетираните е липсата на отношение към екологичните параметри на опаковката. Най-голям брой от анкетираните - 42% посочват, че нямат категорично мнение по темата. Предвид съвременната тенденция за изменение на климата и увеличение на вредните емисии, това е въпрос, по който не само предприемачите са длъжни да предоставят информация, но и потребителите да я изискват. Важно е да се отбележи, че макар и биоразградима, използваната пластмаса за направата на опаковките не се разгражда напълно. Поради това е необходимо организациите да стимулират рециклирането чрез създаване на дизайн от рециклирани опаковки, чрез рекламни материали и др. Все повече производителите трябва да използват тактики като: икономични опаковки, въвеждане на вътрешни стандарти, минимизиране на опаковъчния материал. По този начин не само ще бъдат спестени средствата на компанията, но ще се създадат и атрактивни и различни модели, които ще придават бутиков вид на изделията.

Заклучение

Прецизно подбраните информационна база и научен инструментариум позволиха успешното постигане на целите и задачите на научното изследване. По-значимите резултати са свързани с аргументирането на следните заключения и изводи:

- достъпната и вярна информация на опаковката е във функция с потребителските желания, защото 76% от анкетираните смятат, че съдържателната информация на опаковката е от изключително значение при избора им на продукт;

- съществува взаимовръзка между опаковката като визуален и информативен източник и намерението за покупка според потребителското поведение. Вземайки предвид това, производителите все повече обръщат внимание не само на задължителния добър външен вид, но и на безопасността на обвивката, влизаща в контакт с храните;

- множеството функции на модерните съвременни опаковки изискват от организациите засилени мерки при производство и продажба на продуктите. Българското законодателство и Европейският съюз са поставили стриктни правила относно етикетиранието и представянето на информация за производителя, вносителя, състава на опаковката и съдържанието на продукта. Така спазените стандарти за безопасност, съчетани с атрактивен визуален ефект могат да предоставят на предприемача множество позитиви – доверие в потребителите, прерастващо в лоялност;

- в потвърждение на хипотезите на изследването - наблюдават се положителни тенденции в оформянето на потребителското поведение. Видно е, че младите хора, които са по-голямата част от анкетираните, са ориентирани към качеството на стоките и често са лоялни към избраната от тях марка. Предвид навлизащите увлечения по здравословния начин на живот, очакван е резултатът, показващ че веднъж месечно е основната честота на пазаруване на шоколадови изделия;

- начинът и мястото на осъществяване на покупката са свързани с динамичния живот на потребителите. Тези два показателя са взаимно свързани, тъй като импулсивното решение води до непретенциозен избор на място за пазаруване;

- българските клиенти са склонни да опитат иновативни продукти, но предпочитат познатите такива. Утвърденият традицио-

нализъм се изразява в предпочитанията им към вида опаковка;

- наблюдава се ниска степен на заинтересованост относно еко-съобразните изисквания. Това предполага внедряването на стратегии от страна на производителите, които да засилят вниманието в тази посока. Отчита се и съгласуваност между визуалните и информационни параметри;

- формирано е отношение към качеството на шоколадовите изделия, които наред с това съответстват на достъпна цена. Съгласно данните, двата показателя работят почти равностранно. Вероятният причинител е насищането на пазара с разнообразни продукти. Това увеличава конкурентоспособността и съответно изискванията към по-високи стандарти на качество и към предлагане на добавена стойност на стоките. Борбата между отделните марки видимо става жестока. Потребителските сведения сочат, че само 5% делят Милка от почетното първо място за марка фаворит. Факт е, че Нестле успява да достигне до водещо място в класацията, а представените причини са именно оптималното съотношение качество – цена и наличието на удобна и красива опаковка.

Изследването на влиянието на опаковките на шоколадовите изделия, предлагани на българския пазар доказва, че съществуват множество перспективи и възможности за конкурентоспособност на организациите. Така една на пръв поглед малка част от продукта успява да изгради комуникацията между потребителя и компанията, което се превръща в огромна полза за марката в икономически план.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ на проверките за „двойствен стандарт“ на храни за българския и западноевропейския пазар, публикуван, 28.06.2017 г. <http://babh.government.bg/bg/Object/news/view/1799/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF>

2. Зийман, С. (2004) Краят на рекламата такава, каквато я познаваме, Lokus, 2004.

3. Имитиращите продукти вече се продават само предварително опаковани, публикуван 04.07.2018 г., <https://fermer.bg/novini/imitirashite-produkti-veche-se-prodavat-samo-predvaritelno-opakovani>

4. Наредба за опаковките и отпадъците от опаковки, в сила от 06.11.2012 г., приета с ПМС № 271 от 30.10.2012 г.

5. Официален вестник на Европейския съюз, 14.02.2018 г.

6. Порожанов обяви данни за двойния стандарт при храните, публикуван 21.05.2018 г., <https://fermer.bg/novini/porozhanov-obyavi-danni-za-dvoyniya-standart-pri-hranite>

7. Производство, разпространение и потребление на биологични продукти в България, резултати от проведено маркетингово проучване, София, 2006.

8. Радев, К. (2016) Управление на качеството, НБУ, София.

9. Радев, К. (2019) Управление на търговската дейност на малките и средните предприятия, Фатум ООД, София.

10. Храните и международните стандарти на ISO, публикуван 05.06.2017 г. http://www.bds-bg.org/bg/pages/page_3394.html

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРИТЕ:

Доц. д-р инж. Кирил Радев е щатен преподавател към департамент „Администрация и управление“ при НБУ. Завършил е ВМЕИ, МГУ „Св. Иван Рилски“ и УНСС. През 2004 г. от ВАК му е присъдена научна степен „Доктор по икономика и управление“. През 2009 с решение на ВАК придобива званието „Доцент по икономика и управление“. Автор е на повече от 100 научни публикации в областта на стопанското управление, предприемачеството, държавното управление, управление на качеството, реструктурирането и управлението на сектори от икономиката и др. Участвал е като ръководител и експерт в разработването и внедряването на национални стратегии в областта на енергетиката и транспорта. Специализирал е в областта на управлението на инфраструктурни проекти по правилата FIDIC, управление на качеството - сертифициран вътрешен одитор, работата с информацията и документите на ЕС и др. Заемал е множество експертни и висши ръководни позиции в стопански организации и в публичната администрация на Р. България. Член е на Съвета по иновации към БТПП.

Габрина Светославова е завършила с отличие ПМГ „Нанчо Попов“ в Шумен. От 2014 до 2018 г. е редовен студент в бакалавърска програма „Управление на бизнеса и предприемачество“. През 2018 г., в рамките на обучението си по предприемачество в УПИЗ „УТФ“ към НБУ, участва в XXI Международен панаир на учебно-тренировъчните фирми ТФ ФЕСТ 2018 „Млад предприемач“, гр. Пловдив, и е удостоена със сертификат на EUROPEAN International (practice enterprises network). От академичната 2018/2019 г. е редовен студент в магистърска програма „Реклама и брандмениджмънт“, НБУ.

ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АТРАКЦИИ - РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ ЗА ДЕСТИНАЦИИТЕ

Гл. ас. д-р Маргарита Мишева

Нов български университет

Анотация: В статията се разглеждат особеностите на туристическите атракции, тяхното въздействие, роля и значение за развитието на туризма в дестинациите. Представена е същността им характеристика и някои примери от света.

Ключови думи: туристически атракции, значение, развитие, туристически дестинации.

TOURIST ATTRACTIONS - ROLE AND IMPORTANCE FOR DESTINATIONS

Assis. Prof., Margarita Misheva, PhD

New Bulgarian University

Abstract: *The article examines features of tourist attractions and their impact and importance for the development of tourism in destinations. In the article are presented their essential characteristics and some examples from the world.*

Key words: *tourist attractions, importance, development, tourist destinations*

Развититето на туризма обуслови търсенето на нови и различни подходи за увеличаване на туристическите потоци. Редица туристически дестинации и организации започнаха да създават изкуствени атракции, които да привличат туристи, стремейки се да разнообразят туристическото пътуване и да създадат един по-специален туристически продукт. В глобализирания свят търсенето на уникална идентичност и несравнимо изживяване накара туристическите дестинации да откриват, създават и изграждат нови идеи, обекти, съоръжения и изживявания, с които да бъдат лесно разпознаваеми и желани.

1. Специфични особености на туристическите атракции

Понятието туристическа атракция е въведено от Е. Cohen (1972), който смята, че посещението на туристически атракции е основна цел на масовия туризъм. Авторът разделя атракциите на две групи – естествени (привличащи поради техните специфични особености) и изкуствени („измислени“ или „създадени“ специално за туристите). Според Е. Cohen черта на масовия туризъм е „добавянето на привлекателност“ на туристическите атракции и твърди, че дори „естествените“ забележителности са направени по-привлекателни заради по-високото туристическо потребление. [1] Впоследствие се появяват и други дефиниции, характеризиращи туристическите атракции, като тази на D. Lundberg (1985), отнасящ към атракциите всичко, което интересува туристите, т.е. туристическите атракции включват всички елементи, които карат туристите да напускат домовете си. [2] За В. Goodall (1990) туристическите атракции са конкретни уникални места, свързани с природна среда или история. [3]

Middleton and Clark (2001) определят атракциите като постоянни ресурси, които се развиват и управляват с цел наслаждаване, развлечение и образование на посетителите [4], а Boniface и Cooper (2001) като „raison d’etre“ – причина за пътуване, пораждаща туристически посещения и оказваща съществено влияние върху туристическата индустрия. Съществуват и някои по-комплексни дефиниции, определящи атракциите като физически или културни особености на определено туристическо място, които отделните посетители възприемат като способни да посрещнат една или повече от техните специфични нужди, свързани със свободното време (Harris and Howard, 1996). Интерес представлява и дефинирането на атракциите от страна на някои туристически организации. Пример за това е Британската туристическа организация, която определя атракцията като „място, където е възможно да се заплаща вход за целите на посещаваната забележителност, със забележка, че такава атракция трябва да бъде отворена за обществено ползване без предварително резервиране за определени периоди всяка година и трябва да представлява самостоятелен бизнес под самостоятелно управление“. [5] Такова конкретно определение подсказва, че Великобритания е страна, изобилстваща от добре развити туристически атракции, където е необходимо да се „ограничи“ терминът атракция само за напълно оборудвани места, в които са налице всички условия за посрещане на туристи. Ето защо редица автори не разглеждат като атракции тези обекти, за чието посещение няма вход или не се посещават от голям брой международни туристи. [6]

Съществуващите определения за това, какво представляват туристическите атракции се различават по отношение на цели, дисциплинарен подход и приложимост. Така например J. Swarbrooke (1995) разделя атракциите на четири групи [7]:

□ природни туристически атракции;

- произведения/обекти/съоръжения, създадени от човека, чиято първоначална цел не е била привличането на туристи, но с течение на времето са започнали да се превръщат в атракции;
- места, проектирани от нулата с цел да бъдат атракции;
- културни, спортни, религиозни събития, фестивали, олимпийски игри и др.

Друга класификация, предложена от същия автор, разделя атракциите в две групи:

- основни атракции - представляват основната причина за пътуване и основното място, на което туристите прекарват времето си;
- вторични атракции - тези, които се намират „по пътя“ на туристите.

Въпреки че има много статии и книги, които засягат въпросите, свързани с туристическите атракции, по-голямата част от тях разглеждат по-разпознаваемите и важни атракции – малка част от авторите се фокусират върху оценката и класификацията на частично разработените атракции. В страни като Великобритания или Австралия интересът е насочен повече към разпознаваемите атракции, а в страни като Турция или Хърватия към разглеждането на потенциалните атракции. [8]

Атракциите (от латинската дума *atrahere* - привличам) мотивират туристите да посетят дадена дестинация. Много често представляват обекти и/или събития, които трябва „да се видят“ или в които трябва „да се участва“, за да се изпита удоволствие и положителни емоции. Нематериални елементи като уникална атмосфера, емоционални преживявания, спомени и др. също могат да провокират посещения в дестинацията. Атракцията може да бъде част от развлекателна дейност или мероприятие, чиято цел е сформирането на позитивни усещания от туристическото пътуване. Атракциите са важен елемент от отдиха и рекреацията. В атракциите могат да участват природни и антропогенни туристически ресурси, рекреационни територии; специални събития; специфични дейности, тематични паркове и др. Те могат да бъдат изградени на места, които разполагат с малко или почти никакви туристически ресурси. По своята същност могат да съдържат основни ценности, отговарящи на специфични потребителски нужди и могат да бъдат основен мотив за избора на конкретна дестинация.

Атрактивността на дадена дестинация се отнася до способността на ресурсите да привличат вниманието на туристите. Атрактивността или привлекателността на туристическата дестинация можем да определим като естествена и изкуствена. Естествената атрактивност е свързана с обект от природен или антропогенен характер. От своя страна, изкуствената атрактивност се

отнася до обекти, които са създадени с цел привличане на туристи и представляват физическо въплъщение на концептуален туристически ресурс, наричан атракция. Атракциите са свързани и с друг важен елемент от туристическия продукт – развлеченията. Създаването на туристически продукти, основани на атракциите, дава възможност да се разширят границите на туристическото предлагане и да се стимулира нарастването на туристическите потоци.

Към изкуствените атракции можем да отнесем всички изкуствено създадени забележителности в определена туристическа дестинация, както и всички обекти, създадени с цел развитие на туристическата индустрия и увеличаване на туристическия поток, чието предназначение не е свързано с културно-историческото наследство или природните ресурси на дестинациите. При това тези обекти са способни да стимулират туристическия интерес и да се превърнат в основна притегателна сила за туристите. Така те могат да допринесат за популяризирането на не толкова познати до този момент антропогенни и природни туристически ресурси. [9]

Туристическите атракции предизвикват интерес у туристите, участвайки в създаването на специфичен туристически продукт. Тази специфика се характеризира с неповторимост, т.к. много често те са изкуствено създадени от човека само и единствено с цел да привлекат повече туристи. Те дават възможност да се разширят границите на туристическото предлагане, стимулирайки туристическите пристигания, и много често се изграждат и поддържат с маркетингова или имиджова цел.

Туристическите атракции се възприемат по различен начин в различните страни и култури. Много от тези разлики са резултат от различното ниво на тяхното развитие и използване, което е следствие от цялостното развитие на дестинацията, района, достъпността и др. В по-широк смисъл туристическите атракции се разглеждат като обекти, обхващащи всички аспекти на привлекателността – климатични условия, природни дадености, култура, безопасност и др., а в по-тесен като атракции се обозначават само места, предназначени за туристи, за чието посещение се изисква входна такса. Освен липсата на ясно определение какво всъщност представляват туристическите атракции, няма и унифициран подход по отношение на идентифицирането, оценката и класифи-

кацията им. Това най-вече е следствие от невъзможността за точно измерване на важността на атракциите поради недостатъчните данни относно тяхната посещаемост. Класификацията на атракциите изисква различен подход поради конкретните обстоятелства във всяка дестинация. Въпреки това обаче, може да се твърди, че основно се разделят в две групи – рекреационни туристически атракции и градски туристически атракции. [10]

2. Въздействие на туристическите атракции върху развитието на туризма в дестинациите

Туристическите атракции са важен компонент на туристическия пазар. Те стимулират интереса към туристическите дестинации и повишават удовлетвореността на посетителите. Привличайки туристи в дестинациите, стимулират търсенето на основни и допълнителни туристически услуги, играейки специална роля в създаването на туристически продукти.

Ролята на туристическите атракции в туристическата дейност и съвременната икономика се променя. Потребностите на туристите и съвременните иновации наложиха диверсифициране на туристическото предлагане. Динамичните промени в туристическите атракции по отношение на форма, местоположение, мащаб и стил вече са силно забележими и отличаващи се.

Туристът избира конкретна дестинация още преди избора и потребяването на отделни конкретни туристически услуги (настаняване, изхранване и др.). Много често в основата на избора на конкретна дестинация стои определена атракция, която привлича туристите и провокира интереса към дестинацията. Всяка туристическа дестинация притежава уникални характеристики, ресурси и атракции, които от своя страна формират уникален туристически продукт и изживяване.

Наличието на туристически атракции е фундаментално за изграждането на успешна туристическа дестинация. Редица автори (Leask, 2008; Wanhill 2008;) [11], [12] акцентират върху основната роля на туристическата атракция при разработването на туристическия продукт, като обръщат внимание, че голям брой малки, географски разпокъсани и бедни на ресурси територии и собственици на туристически бизнес, включват подобни атракции в предлаганите от тях продукти. [13]

Важен стимул при създаването на подобен тип атракции е любопитството на човека, свързано с възприятията за света; чертите от характера и темперамента на хората. Съществуват туристически атракции, които пораждаат положителни емоции в човека, въпреки типа личност, националност или вероизповедание.

Към този тип атракции може да отнесем местата, на които са заснети световно известни филми. В последните години броят на туристите, желаещи да посетят местностите, на които са заснети т.нар. блокбъстъри нараства, създавайки ново понятие в туризма „set jetting“. С него се характеризират пътуванията до определена дестинация, в която се развива действието от известен филм или литературно произведение. Пример за това е Нова Зеландия, чиито земеделски земи около Хамилтън (регион Вайкато) придобиха огромна популярност сред туристите, след като се появиха във филма „Властелинът на пръстените“ в образа на Шира (родината на хобитите). Няколко месеца след излизането на филмите „Lost in Translation“ и „The Last Samurai“, Япония отбеляза ръст в туристическите пристигания на туристи от Великобритания, а след като филмът Sideways спечели Оскар, търговията с вино в Калифорния отчете увеличение с 30%, а винарните, представени на картата Sideways – 42% ръст. Интерес предизвиква и музеят на Шерлок Холмс и д-р Уотсън в Лондон, построен през 1815 г. във викториански стил. Интериорът на музея съответства до последна точност на дома, описан в книгата на Артур Конан Дойл. Посетителите му могат да разгледат апартамента на известния детектив и неговия приятел, да седнат на стол пред камината или да направят снимка за спомен.

В основата на формирането на туристически продукти, включващи подобен тип туристически атракции, е заложена определена идея, разпознаваем бранд, образ, легенда, събитие или даже технологичен процес. Ето защо в разработването им може да се включат два типа туристически атракции:

- Такива, които са създадени специално с туристическа цел;
- Такива, при които определени вече съществуващи обект, местност или събитие, не предизвиквали до този момент туристическия интерес, започват да се включват активно в привличането на туристи.

Разгледаните по-горе примери ни дават основание да твърдим, че част от туристическите атракции могат да бъдат както различни сгради, съоръжения, природен ландшафт и др., така и определени територии – градски зони, градове или събития. Включвайки необходимото туристическо обслужване, тези атракции могат да се превърнат в туристически продукт, който е не по-малко интересен за пътешествениците от стандартните ваканционни или екскурзионни програми. Очевидно е, че подобни туристически атракции и продукти играят важна роля за привличането на туристи, но също така позволяват да се регулират туристическите потоци, намалявайки натовареността в определни региони на туристическите дестинации и спомагайки за по-ефикасното им управление. Освен това туристическите продукти, базирани на т.нар. изкуствени атракции, създават допълнителни възможности за успешно социално-икономическо развитие на териториите. [14]

Изграждането на туристически атракции, подпомагащи развитието на природните туристически ресурси също представлява интересен подход в управлението на дестинациите. Пример за това е най-новата туристическа атракция в Дания – кулата за наблюдение в Camp Adventure – приключенски парк, предлагащ програми и дейности на открито, намиращ се южно от Копенхаген. Съоръжението се издига на височина 45 метра и предлага 650 метра спираловдна рамка, по която туристите могат да се изкачват, наслаждавайки се на заобикалящите ги дървета и природа. Кулата е ключов елемент за почитателите на природните ресурси, предоставяйки възможност за наблюдение на гората от уникална перспектива.

Туристическите атракции имат решаваща роля в планирането и позициониране на дестинациите на международния туристически пазар. Допълнителното значение на туристическите атракции се състои в това, че с тяхното изграждане се спомага за нарастването на броя на посетителите. За разлика от тях природните и културни забележителности в повечето случаи са резултат от местоположението на страната, геологията, климата или историята и не може да им се повлияе съществено в маркетингов или имиджов аспект. Ето защо използването на атракциите може по-лесно да се адаптира към туристическите нужди или да се моделира с конкретна маркетингова цел или изграждане на конкретен ими-

дж. Не се пренебрегва обаче фактът, че окончателното решение за това, къде ще отидат туристите често зависи от притегателната сила на туристическите ресурси, с които разполага дестинацията.

В стремежа си за развитие и насърчаване на туризма организациите за управление на дестинации (DMOs) полагат големи усилия за подобряване на съществуващите и изграждане на нови атракции. Общото виждане е, че дестинации, които не разполагат с разпознаваеми ресурси или символи трудно биха могли да привлекат туристи без изграждане и рекламиране на нови, интересни атракции. Leask (2010) посочва, че значението на атракциите може да бъде различно както за отделните туристи, така и за поддържането на туристическите ресурси и развитието на туристическата дестинация. Атракциите могат да бъдат изградени и развивани като средство за икономически растеж или възстановяване, особено в районите с ограничени възможности за развитие. [15]

3. Популярни туристически атракции

Burj Khalifa, Дубай – най-високата сграда в Дубай (828 м), и най-високата конструкция в света е една от основните туристически атракции в града. Както вече бе споменато, голяма част от световните туристически атракции са създадени с цел привличане на туристи. Именно атракциите в Дубай затвържават това твърдение.

IMG World of Adventure, Дубай – най-големият закрит тематичен парк в света, с капацитет 20 000 посетители в един ден, се опитва да привлече туристи в горещите летни месеци, предоставяйки им многобройни забавления с подвижни макети на динозаври, влакче на ужасите, супергерои на Marvel и анимационни герои от Cartoon Network.

The Palm Jumeirah и Atlantis The Palm Hotel, Дубай – изкуствено създаденият остров с форма на палма привлича хиляди туристи всяка година. На 17 полуострова, оформени като палмови листа, са построени вили и апартаменти. Сред тях е Atlantis The Palm Hotel, кръстен на потъналия остров Атлантида. Хотелът предлага редица забавления, между които **The Lost Chambers Aquarium** с над 65 000 вида обитатели, **Aquaventure Waterpark, Laguna Ambassador, Dolphin Bay** и др. Сред останалите туристически атракции на Дубай са **Burj Al Arab, The Dubai Fountain** и др.

Grand Central, Ню Йорк, САЩ – Според Tripadvisor Grand Central е сред десетте най-интересни обекти, които туристите трябва да видят в Ню Йорк. Със своите 44 перона, гарата е най-голяма в света, посещавана с туристическа цел от близо 20 000 туристи годишно.

Hollywood Walk of Fame, Лос Анджелис, САЩ – всяка година известният булевард, служещ като своеобразна „Зала на славата“ на открито, посреща над 10 млн. туристи. Първата постоянна звезда е поставена на алеята на 28 март 1960 г. и е в чест на Стенли Крамър.

Universal studios, САЩ – Universal studios е едно от шестте главни холивудски филмови студия. От 1915 г. студиото е отворено за всеки, който иска да види живота на снимачната площадка. Разделено е на две основни площи, „Upper lot“ и „Down lot“, предлагащо разходка в света на Jurassic Park, The Revenge of the Mummy, Transformers. Друго помещение – Studio Tour, предлага около 50 минутна разходка с влачке измежду декорите на филмови продукции, минавайки през Old Mexico, Texas, King Kong и Fast and furious.

Star Wars: Galaxy's Edge, САЩ – най-големият по площ атракционен парк, създаван някога от Disney, представлява отворен парк, в който посетителите могат да развият своя собствен „Star Wars сюжет“, обличайки се в избран костюм.

Кръгът в Гуанджоу, Китай – високата 138 метра сграда често е оприличавана на поничка или геврек, или само обозначена като „кръгът на милионерите“. Въпреки това туристите я посещават заради чудесната гледка към реката от всички етажи.

„Плаващите пазари“, Тайланд – една от най-големите атракции не само на Банкок, а и в целия Тайланд. Лодките се движат по река Чао Прая и на тях се продават цветя, тропически плодове, плетени шапки и всякакви сувенири. Най-големият и известен „плаващ пазар“ се нарича Рачабури (Ratchaburi). Други подобни пазари са Taling Chan и Bang Khu Wiang.

Fantasy Island, Индонезия – През 2018 г. отвори врати най-големият екопарк в света (3 280 000 кв. м.). Паркът е построен, запазвайки 70% от архипелага недокоснати.

Окото на Лондон, Великобритания – 135-метровото виенско колело се намира на брега на река Темза. Туристическата атракция е оборудвана с 32 остъквени кабинки за наблюдение.

ние, предлагайки великолепна панорамна гледка към централната част на Лондон. Окоето на Лондон се посещава от над 3.5 милиона туристи годишно.

Военната стая на Чърчил, Великобритания – скрити под улиците на Лондон се намират военни помещения, в които бившият британски премиер Уинстън Чърчил, неговият кабинет и военен персонал са чертали курса на Втората световна война. Сега мястото е част от имперски военни музеи, а някои стаи са останали точно както са били в деня, когато светлините са изключени през 1945 г. Музеят включва спалните помещения, въртящия се стол на Чърчил и исторически карти и документи.

Guinness Storehouse, Дъблин, Ирландия – Домът на бирата – пивоварната „Гинес“, е сред най-известните туристически атракции в Ирландия, като през 2016 г. е обявена за най-популярната. Годишно пивоварната приема между 10 млн. и 15 млн. посетители.

„Miniatur Wunderland“, Хамбург, Германия – „Miniatur Wunderland“ е най-голямата атракция, представяща макет на железопътните трасета по света. Разделена е на 7 секции: най-високият планински район в Германия Харц, въображаемия град Кнуффинген, Алпите и Австрия, Хамбург, Америка, Скандинавия и Швейцария. До 2020 г. се очаква изложението да е достигнало крайната фаза в строителството си, когато ще се състои от поне 10 секции с вагони, светлини, дървета и човешки фигурки.

Солна мина Салина в Турда, Румъния – отворената през XVII век солна мина е с дълбочина от 120 метра. Мястото се превръща в туристическа атракция със своите интересни галерии. В мината се предлагат услуги като гребане с лодки в подводно езеро, мини-голъф в пещера, боулинг, тенис на маса и други.

Капалъ Чарши, Истанбул, Турция – Покритият пазар е построен през 15-ти век в центъра на Истанбул и се посещава от близо 1 млн. туристи годишно. Той е най-големият и най-старият покрит пазар в света. Има 21 входа, 17 кръчми, 66 улици и близо 4000 магазина.

Замъкът „Влюбен във вятъра“ в Равадиново, България – през 2016 г. замъкът е обявен за туристическа атракция номер едно в света, според световния конкурс „A' Design Award“. През същата година уникалната постройка получава златен и сребърен приз в категорията „Туризъм“. Замъкът е изграден от 20 000

тона камък – мраморен варовик, който съдържа следи от микро-диаманти и по тази причина променя цвета – сутрин е с оттенък на розово, през деня е бял, а при пълнолуние сияе.

Сред останалите известни туристически атракции се нареждат Музея на образа и звука (**Museu da Imagem e do Som**) в Рио Де Жанейро, Бразилия; капсулата **High Roller**, Лас Вегас, САЩ; Музей в памет на жертвите на 11 септември (**One World Trade Center**), Ню Йорк, САЩ; тематичният парк **Cinecitta World**, Рим, Италия; Музеят за биоразнообразие **Biomuseo**, Панама; Влакчето на ужасите **Goliath** в увеселителния парк **Six Flags Great America** в Чикаго, САЩ и др. [16]

Заклучение

В заключение може да се отбележи, че ролята и значението на туристическите атракции за дестинациите, туристите, бизнеса и организациите са много важни предвид унифицирането и глобализирането на туристическите предложения. Днес, когато е възможно туристите да опитат почти всичко, почти навсякъде по света и когато е трудно поставянето на ясни граници относно мястото на потребление, за дестинациите е важно да предложат единствен по рода си туристически продукт, който да бъде „изживян“ само и единствено на техните територии. Основен елемент от този продукт са именно атракциите и обслужването, свързано с тях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39, 164-182.
2. Lundberg, D. (1985). *The tourist business*. New York: Van Nostrand Reinhold.
3. Goodall, B. (1990). The dynamics of tourism place marketing. In: G. Ashworth, B. Goodall (eds.), *Marketing Tourism Places* (pp. 259-279). London: Routledge.
4. Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
5. Visitor Attraction Trends in England 2013, https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/va_2013_trends_in_england-full_report_final_version_for_publication.pdf, p. 2 (посетено на 03.07.2019)
6. Benckenendorff, P., & Pearce, P. (2003). Australian tourist attractions: The links between organisational characteristics and planning. *Journal of Travel Research*, 42, 24-35.
7. Klementowski, K., Sołtysik, M., Sawicki, Z., Jandová, S., Oleśnicz, P. (2018) Organization and management of tourist attractions. Case studies of Lower Silesia projects., *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, No.3 pp.125-131 ref.20
8. Klaric, Zoran. (2017). Bottom-up approach to classification of tourist attractions: A case study of Croatia. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, Volume 11, Number 1, pp. 01-20 12. 1-21.
9. Казакова С. А. (2012) Методы рыночного позиционирования турпродуктов, основанных на искусственной аттракции// *Сервис в России и за рубежом*. №10.
10. Артемьева, О. А. (2012). Особенности туристского продукта на основе искусственной аттракции/ *Управленческие науки*. №1
11. Leask, A., 2008. The Nature and Role of Visitor Attractions. // Fyall, A., B. Garrod, A. Leask, S. Wanhill. *Managing Visitor Attractions*. Second Edition. Oxford, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 3-15.

12. Wanhill, S., 2008. Interpreting the development of the visitor attraction product. // Fyall, A., B. Garrod, A. Leak, S. Wanhill. Managing Visitor Attractions. Second Edition. Oxford, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 16-36.

13. Перков, В. (2016), Анализ на туристическите атракции в религиозния туризъм, Аграрен университет - Пловдив, Научни трудове, т. LX, кн. 1.

14. Платонова Н.А., Артемьева О.А., Александровна О., Вапнярская О. И.. (2010). Зарубежный и Российский опыт создания туристских продуктов, основанных на искусственной атракции: методические особенности// Современные проблемы сервиса и туризма. №1.

15. Kankhuni, Zandivuta. (2019). Exploring the relationship between travel motivations and preferred tourist attractions: A case of New Zealand and The United Kingdom. Ottoman Journal of Tourism and Management Research. Vol. 4, Issue 1.

16. <https://profit.bg/klasatsii/mezhdunarodni/10-te-novi-turisticheski-atraksii-na-sveta/>, (посетено на 10.07.19)

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Гл. ас. д-р Маргарита Мишева е щатен преподавател и програмен консултант в Департамент „Администрация и управление“ на НБУ. Води аудиторни курсове по „Управление на консултантския бизнес в туризма“, „Бизнес планиране в туризма“, „Екскурзоводство“, „Туроператорска и турагентска дейност“ и др. Научните – интереси са в областта на управленското консултиране в туризма, бизнес планирането, управлението на туроператорската и турагентска дейност, електрония бизнес и търговия. Главен секретар е на Българска камара за образование, наука и култура.

СЪЗДАВАНЕ НА УСТОЙЧИВО РАБОТНО МЯСТО В МУЛТИКУЛТУРНА ОРГАНИЗАЦИЯ

Мария Александрова Иванова

Нов български университет

Анотация: Настоящата статия отразява резултатите от изследване, търсещо отговор на въпроса: как да създадем устойчиво работно място, управлявайки различията и включвайки многообразието от хора. Дискутирани са трите основни аспекта на проблематиката – институционален, етичен и управленски. Дадени са насоки за изграждане на устойчиво работно място със споделена толерантност към различията, като са обобщени съществените обстоятелства, които подпомагат изграждането на уникален фирмен модел за устойчиво работно място.

Ключови думи: управление на различията, модел на устойчиво работно място, приобщаване на разнообразието, толерантност.

CREATING SUSTAINABLE WORKPLACE IN A MULTICULTURAL ORGANIZATION

Mariya Aleksandrova Ivanova

New Bulgarian University

Abstract: *This article reflects the results of a study that seeks to answer the question: how to create a sustainable workplace by managing differences and incorporating diversity from people. The three main aspects of the problem are discussed - institutional, ethical and managerial. Guidelines for building a sustainable workplace with shared tolerance for diversity are given, summarizing the essential circumstances that help build a unique corporate model for a sustainable workplace.*

Key words: *diversity management, sustainable workplace model, inclusion of diversity, tolerance.*

Отварянето на държавните граници превръща локалния трудов пазар в глобален. В Европейската социална харта [1] се казва, че "всички работници имат право на зачитане на тяхното достойнство на работното им място". Страните-членки ратифицирали хартата се задължават „да защитават ефективно правото на работника да изкарва прехраната си със свободно избрана работа". Необходимо е да се спазва законодателната рамка на общността и на държавата, в условията на които функционира дадено предприятие. Но това не е достатъчно, за да бъде фирмата успешна, устойчива на промените и конкурентоспособна. Хората с различен произход трябва да работят заедно, с общи цели, в синхрон и без конфликти.

Нека уточним, че малцинствени групи могат да бъдат хора с увреждания, хора с различна сексуална ориентация, хора от различна вяра, хора с различен етнос и т.н. Понятието малцинство възниква на база политическо акцентирание върху значимостта на конкретно нейно социално определение, като група от хора, които са белязани „като различие, което се споделя от известен брой хора и/или им е приписвано като значимо за тях. А всъщност е значимо „за нас“, защото сме в позицията на задаващи нормата. Хората, които са част от съответно малцинство, понякога биват негативно белязани. Понятията за расова и етническа принадлежност са тясно свързани. Терминът раса е по-скоро ангажиран с идеята за биологична класификация на хората в подвидове, въз основа на външни белези като цвят на кожата и косата, форма и черти на лицето. От своя страна понятието за етническа принадлежност включва в своя генезис представата за обществени групи, които се характеризират с религия, общ език, културен произход, племенна принадлежност, националност и история.

Как да създадем устойчиво работно място, управлявайки различията и включвайки многообразието от хора?

Ще разгледаме трите основни аспекта, където се крие отговорът на този въпрос – институционален, етичен и управленски.

Институционални инструменти за толерантност на работното място

Културата на приемане на различията у хората и разнообразието от етноси е световно културно богатство. Най-активни в защита правата на човека са Организацията на обединените нации (<http://www.un.org/en/index.html>), Детски фонд на обединените нации УНИЦЕФ (United Nations Children's Fund, UNICEF), Международна група за правата на малцинствата (<http://www.minorityrights.org/>), Федерален съюз на европейските етнически общности, Комисия на Съвета на Европа срещу расизма и нетолерантността (<http://osi.bg/downloads/File/2016/REC-15-2016-015-BG.pdf>), Организация за сигурност и сътрудничество в Европа, Европейски съд за правата на човека и др.

Ключови международни правни инструменти, очертаващи нормативната рамка по разглежданата проблематика са: Конвенция на Организацията на обединените нации за премахване на всички форми на расова дискриминация [2]; Конвенция на Организацията на обединените нации против изтезанията [3]; Конвенция на Организацията на обединените нации за премахване на всички форми на дискриминация по отношение на жените [4]; Международен пакт за икономически, социални и културни права [5]; Международен пакт за граждански и политически права [6]; Всеобща декларация за правата на човека [7].

В рамките на Европейския съюз съществува „европейско право в областта на дискриминацията“. Водещо значение за стимулиране на толерантност и борба с дискриминацията има Лисабонският договор [8], в резултат на който Хартата на основните права на Европейския съюз [9] и Европейската конвенция за защита правата на човека и основните свободи [10] станаха правно задължителни; Директива 2000/43/ЕО на Съвета [11] относно прилагане на принципа на равно третиране на лица без разлика на расата или етническия произход; Директива 2000/78/ЕО на Съвета [12] за създаване на основна рамка за равно третиране в об-

ластта на заетостта и професиите и др. Всички държави членки на Европейския съюз и Съвета на Европа са присъединени към Конвенцията на ООН за премахване на расовата дискриминация, която включва в термина „расова дискриминация“ – цвят на кожата, раса, произход или национална или етническа принадлежност.

Европейският съд за правата на човека е изключително прецизен относно случаите на дискриминация, основана на расова или етническа принадлежност, като отбелязва че: „никаква форма на различно третиране, което е основано изключително или в решаваща степен на етническия произход на дадено лице, не може да бъде обективно обоснована в съвременното демократично общество, изградено на принципите на плурализъм и зачитане на различни култури“.

Европа се стреми да изгражда равнопоставено общество пълно с разнообразни личности, взаимно приемащи се, уважаващи се и учещи се едни от други. Тази цел е предизвикателство, изискващо нещо повече от създаване на наредби, закони и директиви. Необходимо е да се предприемат мерки във всяка страна, град, село, организация за насърчаване на хората да приемат другите с позитивизъм и искрено любопитство към мнението и възгледите им.

Българският народ се слави със своето гостоприемство, толерантност и добронамереност към други етноси и хора с различни убеждения и религия. В Конституцията на Република България [13] още от 1991 г. е декларирано, че всички хора се раждат свободни и равни по достойнство и права. С приемането на България в голямото европейско семейство тази естествена характерна черта за българското общество беше затвърдена и надградена с възприемането на общоевропейските принципи за насърчаване на многообразието и за толерантност към различните. Вътрешният нормативен акт за България, регулиращ антидискриминационните процеси, е Законът за защита от дискриминация [14]. Всички граждани са равни пред закона. Не се допускат никакви ограничения на правата или привилегии, основани на раса, народност, етническа принадлежност, пол, произход, религия, образование, убеждения, политическа принадлежност, лично и обществено положение или имуществено състояние.

Правно регулиране на дискриминацията по полов признак в България се осъществява чрез:

- Закон за равнопоставеност на мъжете и жените [15], който урежда провеждането на държавната политика по равни възможности за жените и мъжете: във всички сфери на обществения, икономическия и политическия живот; равен достъп до всички ресурси в обществото; недопускане на дискриминация и насилие; балансирано представителство във всички органи, вземащи решения; преодоляване на стереотипите, основани на пола;

- Закон за защита от дискриминация;

- Кодекс на труда [16] – при осъществяване на трудовите права и задължения не се допуска пряка или непряка дискриминация, основана на народност, произход, пол, сексуална ориентация, раса, цвят на кожата, възраст, политически и религиозни убеждения, членуване в синдикални и други обществени организации и движения, семейно и материално положение, наличие на психически или физически увреждания, както и различия в срока на договора и продължителността на работното време;

- Кодекс за социално осигуряване [17];

- Закона за народната просвета [18];

- Закон за висшето образование [19].

Държавата работи за защитата на социалните и политическите права на жените и мъжете, насърчава равнопоставеността в сферата на заетостта, заплащането на труда и социалното осигуряване, професионалната квалификация и развитие в кариерата, съвместяването на семейния с професионалния живот и правото на ползване на родителски отпуск, независимо от етническата им принадлежност.

Правно регулиране на дискриминацията по полов признак във връзка с равните възможности на труд се осъществява чрез:

- Национален план за действие по заетостта [20]: Подкрепя за увеличаване на потенциала за растеж на икономиката чрез осигуряване на качествена работна сила и увеличаване на заетостта на качествени работни места в реалната икономика на търсещите работа, включително от неравнопоставените групи на пазара на труда, приоритетно от най-слабо развитите райони.

- Национална стратегия за насърчаване на равнопоставеността между мъжете и жените [21]. Приоритетните области в стратегията са: повишаване участието на жените на пазара на труда и равна степен на икономическа независимост; намалява-

не на разликите по пол в заплащането и доходите; насърчаване на равенството между жените и мъжете в процесите на вземане на решения; борба с насилието, основано на пола, и защита и подкрепа на жертвите; промяна на съществуващите в обществото стереотипи по пол в различни сфери на обществения живот. В националната стратегия за насърчаване на равнопоставеността между мъжете и жените са маркирани ключови действия за постигане на напредък във всяка приоритетна област.

- Национален съвет по равнопоставеността на жените и мъжете – има основна функция да консултира Министерския съвет по всички въпроси, свързани с разработване и координиране на политика за равенство между мъжете и жените във всички сфери на живота. Назначени са служители, които функционират на централно, регионално и местно ниво, и са отговорни за прилагането на политиката за равнопоставеност между половете.

В българското общество се утвърждава моделът на демократичен плурализъм, защита правата на човека и основните човешки свободи. Полагат се усилия за отстояване на позитивните процеси за развитие на междуетническите отношения, скъсяване дистанцията в интер-културен диалог, способстващ процесите на интегриране на малцинствените общности в българското общество и постигането на устойчиви резултати. В България бе приета „Рамкова програма за равнопоставена интеграция на ромите в българското общество“ [22]. Официално стартира „Декада на ромското включване 2005 – 2015 г.“ [23].

Законодателната рамка обаче не е достатъчна, за да създаде един по-добър свят на „различните“. Очакванията са хората и компаниите да се научат не само да разбират разнообразието, но и да го ценят и търсят. Необходимо е като общество да си дадем шанс, да приемем и разберем различията помежду си, за да можем да се учим от тях, за да бъдем благоразумни и отзивчиви. Преди всичко трябва да чуем „чуждите“, за да им дадем шанс да развият себе си според техните желания и мечти, в съзвучие с нашите цели и мечти. Чрез добронамерен диалог и взаимна толерантност, чрез съвместни целенасочени и последователни усилия, могат да бъдат постигнати социални и икономически успехи, както и съвместно благоденствие.

Етични аспекти на проблематиката

Различията между хората и културите са извор на разнообразие в живота. Но в действителност те създават дискомфорт и конфликти на работното място, защото хората се чувстват удобно, когато имат общи черти помежду си. Като последица, мениджърите и ръководителите се изправят пред решаващото предизвикателство да открият най-ефективния начин да помогнат на хората да се справят с различията помежду си.

Някои ръководители твърдят, че най-добрият начин за намаляване на конфликтите е да се съсредоточи вниманието на персонала към приликата. Когато обаче хората започнат да вярват, че техните различия съставляват съществена част от собственото им „аз“, може да им се стори трудно да разберат по какво си приличат. Те могат да видят дори различно общите си черти. Насочването на вниманието към приликите често означава, че онези, които осъзнават различията си, се чувстват изключени и недооценени. Пренебрегването на различията само поддържа фикцията за хомогенна работна сила, но води и до потенциално опасен извод, че различията между хората са неприемливи.

Различията по своята същност дават тласък за развитие на творческата енергия и проницателност. Те са точките на напрежение, които пораждат алтернативни възгледи и идеи и насърчават творчество и новаторство. Те представляват отправна точка за изследване на убежденията и същинските ценности на индивидите. Различието е вътрешно необходимо за личностния растеж и развитие. Разнообразието, смесицата и различните съчетания от личностни различия са съществени за растежа и колективната работа във всяка организация. Хората и техните отличителни характеристики полагат основите на способността на организацията да развие широки перспективи и да подходи към проблемите в бизнеса по нови и творчески методи.

Следващите насоки за зачитане на различията, които даваме по-долу, описват и обясняват работата по подпомагането на личността как да извлече полза от тях и да достигне своя цялостен потенциал. Тя започва с насочване на вниманието на хората върху техните отличителни характеристики. Ако почувстват, че техните различия съставляват значителна част от достойнствата им, хората се смятат за най-правилно оценени, когато вярват, че са виде-

ни в цялостното им измерение – и като личности, и като членове на групата. Основна задача на мениджърите е хората да се възприемат като личности на работното място, без да се пренебрегват отличителните им характеристики, присъщи на определена група. Това представлява действителната работа по индивидуализиране; т.е. обучението на личността да се схваща в цялостни измерения. Тази задача позволява на хората да смятат другите за равни на себе си, макар да не са еднакви.

Управленски аспекти на проблематиката

Зачитането на различията допуска фокусирането върху личностните потребности на индивиди, мениджъри и ръководители. Като се имат предвид спорните въпроси и конфликтът, създадени от различията, този процес създава уникален контекст за изследване на широк обхват от въпроси, решаващи за личностното развитие, вкл. проблеми като интимност и самота. Понеже се свързва пряко с ефективното използване на човешките ресурси, оформянето на индивидите като мениджъри и лидери, организационната производителност представлява решаващ резултат за подхода. Производителността зависи от това колко добре хората работят заедно, което от своя страна зависи от факта как се справят с различията на колегите си. Предразсъдъците, нетолерантността и нечувствителността към индивидуалните различия създават бариери за развитието на ефективни мениджъри и успешното управление на персонала. Зачитането на различията предоставя възможност на ръководителите да придобият познания как да работят по тези проблеми и как да отключат предимствата на всички, вкл. и на онези, които са смятани за различни. При подхода за зачитане на различията вниманието към хората и техните отличителни качества е главна форма на зачитането им. Когато чувстват, че са ценени и че техните различни особености им придават допълнителна стойност, хората са мотивирани да дадат най-доброто от себе си.

Зачитането на различията позволява на хората да работят върху развитие на лидерски умения и качества, като емпатия и достоверност, а също така и на способност да поемат рискове. Това дава възможност на мениджърите да усъвършенстват възгледите и предположенията си по отношение на властта и процесите, насочени към овластяване на членовете на екипите си. Тази дей-

ност помага за по-бързото повишаване степените на организационно лидерство в сравнение с други управленски подходи. Колкото повече хора биват овластявани да се справят с проблемите, създавани от различията, и да използват своите лидерски умения и отговорности, толкова по-мощна е позицията на организацията за установяване на специфични бизнес стратегии, за да извлече полза от разнообразието си и съгласуваността на различията, като източници за колективен растеж, творчество и сила.

Насоки за изграждане на устойчиво работно място със споделена толерантност към различията

Разнообразието от управленски модели и успешните световни практики показват, че няма един единствен път за изграждане на устойчиво работно място със споделена толерантност. Могат да бъдат обобщени няколко обстоятелства, които да ви помогнат да изградите собствен модел за устойчиво работно място със споделена толерантност към различията:

1. Формулиране на концепция за управление на различията.
2. Дефиниране на начини за оценка и приобщаване на разнообразието.
3. Разработване на програми за управление на многообразието от хора и приобщаване на различните към работната среда.
4. Избор на стратегия за създаване на толерантност и уважение на работното място.
5. Създаване на уникален фирмен модел за зачитане на различията.

1. Формулиране на концепция за управление на различията

Ключовият момент тук е да се мисли не само за осигуряване на условия за равни възможности, а да се приеме адекватна концепция за управление на различията. Концепцията за равните възможности се отнася до определени групи – жените, етническите малцинства, инвалидите и др. Ако не попадаш в някоя от тези групи, то политиката за равните възможности може и да не подкрепи твоята кауза.

При концепцията за управлението на различията никой не се изключва – тя обхваща широк кръг хора. Трябва да се има предвид, че толерантност към различията означава да се иден-

тифицира, оцени и приеме разнообразието в наследствените характеристики, трудовата предистория и тенденциите за развитие на кандидатите за работа и настоящите служители във фирмата. Както маркетингозите трябва да разберат демографските особености на своята аудитория, за да създадат подходяща маркетингова стратегия, така и мениджърите по управление на човешките ресурси могат да се възползват от изучаването на демографските характеристики на населението с оглед на възможностите, които всяка група предоставя.

Различията са видими и невидими и включват фактори като пол, възраст, социално-икономически произход, национална култура, раса, религия, физическа годност, сексуална ориентация, личност, стил на работа, начин на мислене и вземане на решения, стил на живот, образование и др. Те имат пряка връзка с организационната култура и работната среда. Да управляваш различията не означава само да се съсредоточиш върху проблемите на дискриминацията и да следваш антидискриминационното законодателство, но също така да се осигури среда, в която всички хора в максимална степен ще използват своя потенциал и ще допринесат за благото на организацията. Управлението на различията се концентрира върху динамиката на взаимоотношенията между хората в организацията, културата на организацията и изпълнението на бизнес целите и в по-малка степен към броя на хората в различните групи. При формулиране на концепция за управление на различията трябва да се приеме, че работната сила се състои от разнообразно население. Тази концепция се основава на предположението, че мобилизирайки гореописаните различия, ще се създаде една продуктивна среда, в която всеки ще се чувства оценен, където талантите ще бъдат напълно разгърнати и ще се постигнат целите на организацията.

Много често се възприема, че управлението на различията е прерогатив на мениджърите по човешки ресурси. Но успешните практики показват, че решаването на тези проблеми са задача и отговорност на всички служители и ръководители в една организация. За да си гарантират устойчива конкурентоспособност, организациите трябва да наемат кандидати за работа и осигуряват кариерно развитие на персонала си на базата на компетенции, вместо на базата на принадлежност към дадена група.

Различията между хората и културите внасят богатство и разнообразие в живота на организацията. Често пъти обаче различията могат да доведат до неловкост и подозрителност, тъй като хората се чувстват „удобно, когато си приличат“. Мениджърите трябва да намерят най-ефективния начин да помогнат на хората да осъзнаят, че по-скоро трябва да ценят различията, отколкото да се страхуват от тях или да ги възприемат като повод за дискриминиране. Една осъзната „разнообразна“ организация приветства различията във всички аспекти на човешкия опит, а не само тези, за които има предварително определени етикети.

Приобщаването подкрепя многообразието. Приобщаването създава чувството за принадлежност на всеки служител към работната среда. Това е усещането, при което всеки служител може да заяви – „аз мога да бъда себе си“. Приобщаващата среда приема различията между служителите и чрез тях се фокусира върху бизнес мисията: да създава стойност за клиента. Една фирма не може да бъде успешна, ако служителите извън доминиращата група не се чувстват социализирани. Прилагането на програми с инструменти за повишаване на чувството за принадлежност към организационната среда помага значително за намаляване нивата на стрес, за подобряване на благосъстоянието и подобряване на производителността. Разнообразието и социализацията са от съществено значение за конкурентното предимство, тъй като те са обвързани с по-добра бизнес ефективност и по-високи нива на иновации. В допълнение, насърчаване към социализация може да защити компанията от потенциални щети на репутацията и скъпо струващи дискриминационни дела. Новонаетите хора от различни среди е по-вероятно да останат лоялни към организацията, ако смятат, че приносят им се цени от висшето ръководство, от техния екип и от прекия им мениджър. Наемането на разнообразна работна сила може да се превърне в конкурентно предимство за всеки бизнес, ако успешно се управлява многообразието от културни различия и имплементирането им в обща споделена фирмена култура. Независимо от размера на компанията, превръщането на разнообразието в приоритет е критична стъпка към превръщането на компанията в привлекателен работодател с успешен работодателски бранд и имидж. Това може да се постигне с програма за управление

на многообразието от работна сила, която създава приобщаваща фирмена култура, управление на пристрастията и изграждане на общност. Тези важни стъпки са необходими за изграждане на по-продуктивна, приобщаваща и печеливша организация.

2. Начини за оценка и приобщаване на разнообразието

Следете демографските тенденции и промените в структурата на населението на национално, регионално, европейско и световно ниво (ако съответното ниво оказва влияние върху пазара на труда, в който организацията ви оперира). Например при последното преброяване на населението в България, турците и ромите са двете най-големи етнически групи, които са безспорен потенциал на пазара на труда. Не се страхувайте да наемате разнообразна работна ръка от различните етнически и малцинствени групи, тъй като по този начин ще си осигурите необходимите таланти, преодолявайки дефицитите им в традиционните групи на пазара на труда.

Управление на приобщаването е необходимост, за да се задържат служителите с талант и да се реализират успешно бизнес операциите. Многообразието на населението означава, че клиентите на компаниите също ще бъдат все по-разнообразни. А разнородната работна ръка, която отразява многообразието на клиентите, ще даде възможност на компанията да създава по-подходящи продукти, с които да отговори на нуждите на клиентите. В условията на променящата се демографска структура на населението, доставчици и партньори искат да правят бизнес с компании, които отразяват техните собствени ценности и особености. Компаниите, които публично се ангажират с разнообразието и приобщаването, ще привлекат партньори-съмишленници, а взаимният фокус към приобщаването, може да доведе до по-справедливи преговори.

3. Програми за управление на многообразието от хора и приобщаване на различните към работната среда

Изграждането на разнообразна и приобщаваща организация не се случва за една нощ. Необходими са всеобхватни усилия и постоянни инвестиции в продължение на години, за да привличат, наемат, развиват и задържат разнообразна работна сила. Значи-

мостта на Програмите за управление на многообразието от хора и приобщаване на различните към работната среда далеч надхвърля спазването на законите или действията според „правилата“.

Успешните програми за управление на многообразието отразяват някои ключови фактори и действия като:

- Ролята на лидерите. Въвличане на лидерите за разработване на програми за управление на многообразието. Необходимо е лидерската подкрепа от изпълнителния директор и останалите лидери на компанията, за да се гарантира, че програмата ще получи подходящо внимание, финансиране и мониторинг. Лидерите ежедневно дават личен пример на подчинените си, като демонстрират толерантност, поведение за социализация на различните, управляват собствените си пристрастия, оценяват и подкрепят работата на служителите.

- Ролята на „адвоката на разнообразието“. Повечето големи организации имат специално назначен ръководител, който е отговорен за програмата. Това лице може да бъде представител на малцинствена група, но най-добрият човек за тази работа има опит и дълбок интерес към повишаване на успеха на организацията чрез насърчаване на разнообразна и приобщаваща работна сила. Успешният защитник на многообразието трябва да бъде опитен в изграждането на взаимоотношения в цялата организация и да гарантира отчетност по отношение на целите за многообразие.

- Задаване на разнообразни цели. Най-добрите програми за управление на разнообразието са пряко свързани с мисията, визията и бизнес стратегията на компанията, съобразени са с фирмените ценности и имат постижими цели. Необходимо е планиране и работа в екип, за да се анализира настоящата ситуация, да се създаде визия за програмата, а след това да се определят стъпки за действие.

- Измерване и отчетност. Преди да заявите вашата визия за бъдещето и да дефинирате целите, от съществено значение е първоначалният анализ, който включва събиране на данни за настоящата работна сила и сравнение с показателите заложи в стратегията. Някои компании използват инструменти, като „карта за оценка на разнообразието“, за да се разбере къде да се съсредоточат усилията за приобщаване, а проучвания на мненията

на служителите и фокус групи дават информация до каква степен служителите се чувстват приобщени. Този тип анализ ще ви позволи да забележите проблемните области, които могат да повлияят на задържането на ключови хора. Допълнителният анализ на данните трябва да включва преглед на групите кандидати, прегледи на работата на служителите, компенсации и текучество. Разглеждането на мерките за включване на разнообразна работна сила по отдели също може да помогне да се определят необходимите области за обучение или да се реши къде да се поставят по-агресивни цели за набиране на персонал. Събирането на данни трябва да бъде проследявано от лидерите. Това ще спомогне за запазване на разнообразието и включването му като проблем от най-голямо значение за организацията. Докато в по-малките компании мениджърите могат да се справят сами с подобен анализ и вземане на решения, свързани с управление на многообразието, то в по-големите организации е необходимо участието на специалист от отдела по човешки ресурси. Оптимизирането на процеса на включване, приобщаване и управление на разнообразието в рамките на една компания може да отнеме години. Лидерите, мениджърите и персоналът трябва да се въоръжат с търпение и постоянство, докато се стремят да създадат по-разнообразна и приобщаваща организация.

- **Създаване на приобщаваща култура.** Най-важният компонент на създаването на приобщаваща култура е управлението на пристрастията. Пристрастията се дефинират като „особена тенденция, склонност, чувство или мнение, което е предубедено или необосновано“. Във всеки един момент мозъкът събира милиони парчета информация, но може да обработва само малка част от нея. Мозъкът формира пътеки по време на минали преживявания и взема тези познати преки пътища, докато обработва нова информация. В този смисъл, разкриването на пристрастия е възможност да се открият тези стари маршрути и да се изградят нови. Пристрастието може да бъде съзнателно (предпочитания към определен вид) или несъзнателно (например – отхвърляне на кандидати за работа на основание на името или пола, без преглед на квалификацията). Успешните програми за включване имат подкрепата на ръководството и разчитат на лидерите да бъдат пример за прозрачност в личните предубеждения. През последните

две десетилетия има голям брой академични изследвания, които позволяват на лидерите и персонала да поставят обективна рамка около много субективната задача за управление на пристрастията. Това са изследване на невролози, психолози, социолози и други учени, които хвърлят светлина върху това как мозъкът обработва информацията и как се проявяват естествените човешки тенденции към пристрастия. Изследванията разкриват как отклоненията засягат различни аспекти на бизнес операциите и какви стъпки са ефективни при управлението му. Например: стъпка 1 – списък на областите във вашата организация, където може да се появи пристрастие; стъпка 2 – анализ и предложения; стъпка 3 – планиране на приобщаваща организация.

- Преглед на изпълнението и оценка на равните възможности за развитие. Анализ на системата за оценка на индивидуалното изпълнение, системите за обучение и кариерно развитие и системата за възнаграждение, за да се установи дали има различия в прилаганите критерии по отношение на мъжете, жените или други малцинствени групи. Осигуряване на обучение на мениджърите, за да се противодейства на установените пристрастия.

- Изграждане на общност. Друг ключов компонент на приобщаващата работна среда е споделеното чувство за принадлежност. Тази принадлежност може да бъде към самата организация, екипа или споделените афинитетни групи. Приобщаващите организации успешно създават това чувство за принадлежност чрез дейности в общността на работното място и извън него. Тази общност дава на служителите форум за споделяне на опасения, даване и получаване на обратна връзка и съвет. Някои компании предприемат дългосрочен подход чрез работа с младежи и образователни организации. Този подход дава възможност на служителите да споделят опит и да дадат пример на хората от малцинствените групи.

- Управление на промяната. Изграждане на приобщаваща култура и привличане на повече различни работници означава промяна в организацията. Промяната винаги се сблъсква с известна съпротива. Точно както управлението на приобщаването изисква да се осъзнае промяната на несъзнаваните начини на мислене, набирането и наемането на разнообразна работна сила изисква да се промени нагласата и да се постави под съмнение поведението, за да се открият и наемат различни таланти.

4. При избор на стратегия за създаване на толерантност и уважение на работното място можете да следвате следните стъпки:

- Дефинирайте целите на управлението на многообразието. Използвайте информацията от вашия първоначален анализ на управлението на разнообразието за дефиниране на насоки за подбор и наемане на персонал. Идентифицирайте пристрастията, наблюдавани в процеса на подбор. Ако срещнете трудност, тогава се налага да преминете курс на обучение, който да ви даде инструментариум за идентифициране, изследване и анализиране на конкретната ситуация.

- Разработете стратегически план – първо включете дейности за работа с хората, които имат най-неподходящо отношение към политиката на фирмата за управление на различията. Решете кои области имат нужда от незабавна намеса и промяна, а след това оценете дългосрочните проекти – планирайте краткосрочни и дългосрочни дейности. Промяната на вътрешните процеси отнема време. Бъдете реалистични за това колко време може да отнеме и задайте постижими цели, свързани с времето.

- Помислете за технология, която може да улесни процеса – например: софтуер, който помага при преглеждане на възобновяеми сили, описание на работата, интервюиране, тестване и анализ на данни.

- Оценка на приложимостта и изпълнение на стратегията.

5. Създаване на уникален фирмен модел за зачитане на различията

Представяме ви пет стъпки, които могат да ви бъдат ориентир към постигането на уникален фирмен модел на работно място, включващо толерантност и уважение.

1. Създаване на политика

Работете с вашия управленски екип, за да създадете ясна и силна политика, която очертава видовете забранено поведение с предоставени примери. Публикувайте онлайн политиката си и се уверете, че е лесно достъпна за всички в организацията. Проучете мнението на персонала и коригирайте, ако се наложи.

2. Създайте процедури

Очертайте лесна и достъпна процедура за подаване на жал-

би. Идентифицирайте лице или отдел, който ще отговори на оплакванията на служителите. Уверете се, че служителите ви знаят, че могат да „прескочат“ прекия си мениджър при подаване на жалба.

3. Разследване на искове

Уверете се, че обученият персонал проучва всички претенции възможно най-бързо и внимателно. Обученият персонал трябва да съветва ищеца, свидетелите и служителите, че никой няма да изпита никаква форма на отмъщение за подаване на жалба или сътрудничество в разследване.

4. Обучение на служителите

Осигуряване на адекватно обучение по управление на превенцията на тормоза. Осигуряване на по-кратки „опреснителни“ обучения на всички служители всяка следваща година. Цялото обучение трябва да бъде документирано така, че работодателят да може да анализира съдържанието и резултатите от обучението, както и участието на обучаемите. Работата по придобиването на знания за зачитане на различията се изпълнява най-добре в малки, породени от конкретни събития групи за дискусии. Малките групи са лабораториите, в които хората си помагат при изследване на спорни въпроси, създадени от различията с други. Повечето хора се присъединяват към тези групи, защото интуитивно съзнават, че достоверното, задълбочено изследване на различията не може да се извършва в изолация, а с други, и в повечето случаи, с хора, които се възприемат като различни. Други съзнателно решават да се присъединят към тези малки групи, за да се научат на дисциплиниран подход на критичното мислене по проблеми, породени от различия. При работата на малките групи е важно хората да държат сметка колко високо емоционален би могъл да бъде процесът на работа с различията. Това означава, че груповите ръководители трябва да знаят как да създадат сигурност за участниците. Когато говорят открито и честно, хората често се чувстват застрашени и предизвикани. Със или без обосновка те са убедени, че от тях се изисква да се променят, и усещат рисковете на откровеността. Според старата поговорка, човек се чувства виновен за кражба, но не и за предразсъдъци. Само когато се чувстват сигурни, хората наистина се вслушват или учат един от друг. Следователно първата и най-важна отговорност на ръководителя на малката група е да помогне на участниците да установят

и да поддържат атмосфера на сигурност, в която да са готови да изследват проблемите на равна нога и да разговарят.

5. Идентифицирайте и общувайте

Идентифицирайте всякакви неподходящи ситуации на работното място, които възникват и противоречат на фирмената политика. Информирайте чрез мейл висшето ръководство или отговорното лице за изпълнение на политиката на равните възможности, в който се посочват досиета от доказателства за всяка конкретна ситуация. Полезно е да изпращате тримесечни имейли с вградени видеоклипове на работното място, за да привлечете вниманието към непродуктивно или неподходящо поведение, за да помогнете за изграждане на почтена култура на работното място. Предложете промяна в подхода на управление с цел подпомагане работата на хората чрез уреждане на спорни въпроси, породени от различията помежду им.

Заключение

Подходът на зачитане на различията насочва вниманието на хората към изграждане на овластени взаимоотношения, благодарение на които могат да работят съгласувано и взаимозависимо, като се стимулират инициативи за повишаване на образованието и учене през целия живот. Представените възможности за управление чрез зачитане на различията би подпомогнал работодателите да се справят с проблемите, възникващи от многообразието от етноси в работната среда. Зачитането на различията е концепция, която насочва вниманието на личностите върху стойността на различията с цел да им помогне да станат по-открити по отношение на различията. От една страна, зачитането на различията е подход към работата, насочен към утвърдителното действие и еднаквата възможност за назначаване, но от друга, то е начин за подпомагане на личността да мисли чрез своите предложения и очаквания за всички видове различия – индивидуални, културни, географски и организационни. Следователно зачитането на различията е подход, насочен едновременно и към работата по личностното развитие и към дейността по увеличаване на организационната производителност.

За да се осъществи значителна и продължителна промяна, трябва да бъде изградена среда, в която всяка личност да се

чувства ценена и овластена. Всеки индивид трябва да възприеме факта, че съществува възможност за оказване на въздействие върху процеса на избор и за отстъпка и от двете страни, необходими, за да се коригират несправедливостите спрямо виктимизираните групи. Това ще стане само когато хората са убедени, че ще бъдат изслушани. Именно тогава те взимат под внимание и чуждите виждания. Изявяват и готовност да подложат на проверка собственото си поведение и дори да променят мисленето си относно властта и контрола в своите взаимоотношения с други субекти, вкл. групите, защитени от законодателството за осигуряване на еднаква възможност за работа. Независимо дали се разглежда с единия или другия край на спектъра от целостта на очевидното до неуловимото разнообразие, зачитането на различията съсредоточава работата върху различията, освобождавайки блокираните комуникационни връзки между организациите и между самите индивиди. Важно е да се отбележи, че в една зачитаща отличителните характеристики среда, процесът на зачитане може да включва широк обхват от позитивни реакции относно различията. Най-малкото, той означава осъзнаване и приемане на факта на различие. Може да отиде дотам, че дори да означава присъединяване към самото различие; т. е. одобряване и включване в собствения начин на мислене или поведение. В някои случаи това означава интерес към друга личност или група, достатъчен, за да се изразходва енергия за изследване и изучаване на характеристиките на разликата. Зачитането може просто да означава приемане на различието, без опит то да бъде разбирано, и безспорно без импулсивна оценка.

Целта на подхода за зачитане на различията е значително по-широка от тази на задачата на многокултурната среда. Многокултурните програми дават възможност на хората да изучават широк обхват от специфични култури. Въпреки че те представляват важна част от процесите по зачитане на различията, важно е да се прави разлика между двете. Първо, разликите, с които хората трябва да се научат да се справят, често не са само културни в най-тесния смисъл на думата. Например: черни, бели, жени и мъже, хомосексуалисти и физически недъгави хора не са диференцирани културни групи. Категоризирането им по толкова опростен начин само засилва стереотипното мислене. Второ,

ограниченият многокултурен подход за изучаване на различията може да бъде непрактичен, защото отнема много време.

Зачитането на различията насочва вниманието главно върху подпомагането на хората да развият овластено съзнание „на ти“ с различията, някои от които една личност може никога да не разбере, но все пак може да зачита.

ЛИТЕРАТУРА

1. Европейска социална харта (Ревизирана), обн., ДВ, бр. 43 от 4.05.2000г., видно в <http://www.trudipravo.bg/index.php/znanie-za-vas/998-evropeiska-sotzialna-harta-revizirana>

2. Организацията на обединените нации (1992). Конвенция за премахване на всички форми на расова дискриминация в сила от 4 януари 1969 г., Издадена в Сборник от международни документи.

3. Организацията на обединените нации (1984). Конвенция против изтезанията и други форми на жестоко, нечовешко или унижително отнасяне или наказание, ДВ, бр. 80 от 1986 г.

4. Организацията на обединените нации (1979). Конвенция за премахване на всички форми на дискриминация по отношение на жените, <https://www.mlsp.government.bg/ckfinder/userfiles/files/politiki/mejdunarodna%20deinost/mejdunarodni%20organizacii/cedaw.pdf>

5. Организацията на обединените нации (1966). Международен пакт за икономически, социални и културни права, обнародван в ДВ, бр. 43 от 28 май 1976 г.

6. Организацията на обединените нации (1966). Международен пакт за граждански и политически права, обн. в ДВ бр. 43 от 28.05.1976 г.

7. Всеобща декларация за правата на човека (10 декември 1948 г.), Source: United Nations Information Centre, Bulgaria, <https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=blg>

8. Лисабонският договор, Официален вестник на Европейския съюз, С 306, 17 декември 2007г., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/ALL/?uri=OJ:C:2007:306:TOC>

9. Хартата на основните права на Европейския съюз (2016/С 202/02), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT&from=EN>

10. Европейската конвенция за защита правата на човека и основните свободи (2010), https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_BUL.pdf

11. Директива 2000/43/ЕО на Съвета относно прилагане на принципа на равно третиране на лица без разлика на расата или етническия произход (29 юни 2000 г.), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/LSU/?uri=CELEX:32000L0043>

12. Директива 2000/78/ЕО на Съвета за създаване на основна рамка за равно третиране в областта на заетостта и професиите (27 ноември 2000г.), <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0078:bg:HTML>

13. Конституцията на Република България, Обн., ДВ, бр. 56 от 13.07.1991 г, <https://www.parliament.bg/bg/const>

14. Законът за защита от дискриминация, в сила от 01.01.2004 г., Обн., ДВ, бр. 86 от 30.09.2003 г., https://www.mlsp.government.bg/ckfinder/userfiles/files/ZAKON_za_zasita_ot_diskriminaciq_Zagl_izm_DV_br_68_ot_2006_g.pdf

15. Закон за равнопоставеност на мъжете и жените, Обн. ДВ. бр.33 от 26 Април 2016 г.

16. Кодекс на труда, Обн., ДВ, бр. 26 от 1.04.1986 г., <http://www.noi.bg/legislationbg/codes/816-kt>

17. Кодекс за социално осигуряване, Обн., ДВ, бр. 110 от 17.12.1999 г. <http://www.nssi.bg/legislationbg/codes/100-kso>

18. Закона за народната просвета, Обн. ДВ. бр.86 от 18 Октомври 1991г., https://www.navet.government.bg/bg/media/ZNP_25_07_14.pdf

19. Закон за висшето образование, Обн. ДВ. бр.112 от 27 Декември 1995г., http://shu.bg/sites/default/files/rektorat/zakoni/ZAKON_za_visseto_obrazovanie.pdf

20. Национален план за действие по заетостта през 2019г. Решение на МС № 20 от 18 януари 2019 г. <https://www.mlsp.government.bg/index.php?section=POLICIESI&l=249>

21. Министерски съвет (2016), Национална стратегия за насърчаване на равнопоставеността между мъжете и жените (2016-2020), <https://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&ld=1218>

22. Рамкова програма за равнопоставена интеграция на ромите в българското общество, https://www.ophrd.government.bg/view_file.php/4688

23. Национален план за действие по инициатива „Десетилетие на ромското включване 2005 - 2015 г.“, приет с Протокол № 15.1 на Министерския съвет от 14.04.2005 г, https://www.ophrd.government.bg/view_file.php/4691

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Мария Александрова Иванова е доктор по икономика със специалност Народно стопанство и регионална икономика, в т.ч. история на стопанското управление към БАН – Институт за икономически изследвания, секция Макроикономика. Понастоящем е главен асистент към ФДЕПО и част от екипа на департамент „Администрация и управление“ на Нов български университет. Изследователски интереси в областта на: организационно развитие; управление на процеси, промяна и проекти; повишаване на управленската компетентност на личността; управление и развитие на човешките ресурси.

УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА СИСТЕМАТА ЗА ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА КОРУПЦИЯ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Проф. д-р Николай Арабаджийски
Нов български университет

Анотация: Целта на студията е да се представят организационно-правните аспекти за изграждането и функционирането на системата за противодействие на корупцията в Република България в периода от 1989 г. до 2019 г. Вследствие на извършени анализи на стратегически документи, на международни актове, директиви и регламенти на Европейския съюз, както и на нормативни актове от националното законодателство се прави опит да бъде защитена основната теза, че тази система, включваща държавни органи и администрации, които ги подпомагат перманентно, се усъвършенства, но все още не е ефективна.

Ключови думи: корупция, система, държавни органи, администрация.

IMPROVEMENT OF THE CORRUPTION SYSTEM IN THE REPUBLIC OF BULGARIA

Prof. Nikolay Arabadzhiski, PhD
New Bulgarian University

Abstract: *The purpose of this contribution is to present the organizational and legal aspects for the establishment and functioning of the system for combating corruption in the Republic of Bulgaria from 1989 to 2019. The analysis of strategic documents, international acts, directives and regulations of the European Union, as well as normative acts of the national legislation leads to the conclusion that this system, including state bodies and respective administrative agencies, is in the process of constant improvement but still is not effective.*

Key words: *corruption, system, public authorities, administration*

След 1989 г. в България се извършиха значителни реформи в държавното устройство и управление. За тридесет години управлението на държавата се осъществи от общо 18 правителства / от които 13 редовни и 5 служебни/, в което се открояват четири периода:

- *Преходен период към демокрация и пазарна икономика от 1989 г. до 1994 г.;*
- *Предприсъединителен период за пълноправно членство в Европейския съюз от 1995 г. до 2006 г.;*
- *Първи програмен период на членство в Европейския съюз от 2007 г. до 2013 г.;*
- *Втори програмен период на членство в Европейския съюз от 2014 г. до 2020 г.*

През първия период българските правителства не реализираха политики за изграждане на система за противодействие на корупцията. В началото на втория период тази тенденция продължи. И през двата периода проведените приватизационни процедури на държавни и общински предприятия породиха възможността за осъществяването на множество корупционни практики. Под натиска на Европейския съюз, към който страната се присъедини като асоцииран член през 1995 г., едва след 1998 г. всички правителства започнаха да полагат усилия да изградят новите демократични институции от системата на публичната администрация и да създават необходимите предпоставки за развитието на пазарни стопански отношения, развиващи се в „среда без корупция“.

Като комплексно явление и през четирите периода на държавно управление корупцията в Република България влияеше и продължава да се отразява негативно на честната конкуренция

в стопанската сфера. Тя демотивира предприемачеството, стимулира сенчестата икономика и стопанската престъпност, влошава публичните услуги и отежнява социалното бреме на гражданите. По такъв начин корупцията допринася за увеличаване на различията между бедни и богати в рамките на прехода на Република България към пазарна икономика и се превърна в трайна заплаха за демократичните устои на обществото. Сериозността на проблема „корупция“ породила необходимостта от полагане на усилия от българските правителства за неговото преодоляване след 2000 г. в дългосрочна рамка. В тази връзка бяха приети и се реализираха няколко **национални стратегии за противодействие на корупцията**: *Национална стратегия за противодействие на корупцията 2001-2005 г., Стратегия за прозрачно управление и за превенция и противодействие на корупцията за периода 2006-2008 г., Интегрирана стратегия за превенция и противодействие на корупцията и организираната престъпност от 2009 г., Национална стратегия за превенция и противодействие на корупцията в Република България 2015-2020 г.* [1]

Самият характер на корупция в публичната администрация на Република България предполага осъществяването на международно сътрудничество. То дава възможност за постигане на определени положителни резултати за нейното ограничаване. Това е така, защото съществува връзка между контрабандата и корупцията. Много често към контрабандните канали съществува изградена система от корупционни взаимоотношения, в които участват служители от двете страни на съответната държавна граница. Те са част от международната престъпна схема, по която незаконно се присвояват значителни средства. Целите на международното сътрудничество срещу корупцията в публичната администрация на Република България са: гарантиране на международна подкрепа за борба срещу това явление, включително и чрез привличане на финансова подкрепа за провеждането на административни реформи, и активно участие в международните усилия за ограничаване на негативните последици от корупцията върху регионалната и световната икономика и политика. [2]

Особено важна роля, която **световната организация ООН** осъществява в областта на антикорупцията, има *Комисията за предотвратяване на престъпността и за наказателно правосъ-*

дие към *Икономическия и социален съвет*. В рамките на тази комисия са разработени и основните документи на ООН срещу корупцията: *Декларация срещу корупцията и подкупа в международните търговски сделки от 1956 г.* [3] и *Международен кодекс за поведението на длъжностните лица от 1996 г.* [4]

Българският *Кодекс за поведение на държавните служители*, който е съобразен с международния, първоначално бе утвърден със заповед на министъра на държавната администрация от 29.12.2000 г. През 2004 г. Министерският съвет на Република България прие нов *Кодекс на служителите в държавната администрация*. [5] Той съдържа етични правила, отнасящи се до: взаимоотношенията с гражданите, професионалното поведение на служителите от държавната администрация, конфликтите на интереси, взаимоотношенията с колегите и личното им поведение. Повишаването на осведомеността на служителите от държавната администрация за правилата на този *Кодекс* е полезно, като предпоставка за промяна на менталитета и навиците им, придружени от личните им подбуди за осъществяване на корупционни практики, като ги възпира от извършване.

През 2003 г. е приета *Конвенция на ООН срещу транснационалната организирана престъпност*. Същата е ратифицирана със закон и влиза в сила в Република България през 2006 г. като *Конвенция на ООН срещу корупцията*. [6]

За **Европейския съюз** корупцията е проблем, свързан преди всичко със защитата на финансовите интереси на общността, нормалното функциониране на вътрешния пазар, и за конкуренцията. Основните инструменти на Европейския съюз в областта на противодействието на корупцията в публичната администрация е *Конвенцията за защита на финансовите интереси на Европейските общности от 1995 г.*, към която има приети два протокола, и *Конвенцията за борба с корупцията, в която са привлечени служители от Европейските общности или служители на държавите-членки на Европейския съюз от 1997 г.* Двете конвенции са приети в рамките на „третия стълб“ и са открити само за държави-членки на организацията. [7]

През 1997 г. Комитета на министрите прие *Резолюция /97/24/ за двадесетте водещи принципа за борбата срещу корупцията*.

Впоследствие е приет *План за действие за борба с организираната престъпност*, който наред с другите мерки, препоръ-

ръчва изготвяне на всеобхватна политика срещу корупцията и засилване прозрачността в дейностите на администрациите на държавите – членки на Общността.

През 1999 г. Съвета на Европа приема *Гражданска конвенция за корупцията* [8] и *Наказателна конвенция относно корупцията*, към която през 2005 г. е приет допълнителен протокол. [9]

През 1999 г. Съвета на Европа създава група „Държави срещу корупцията“/GRECO/. В нея членуват 48 европейски държави и САЩ. Групата извършва периодични оценки за нивото на корупцията в отделни държави, като предлага мерки за противодействие.

През 2003 г. Съвета на Европейския съюз приема *Рамково решение относно борбата с корупцията в частния сектор*. [10]

Антикорупционната дейност на **Организацията за икономическо сътрудничество и развитие /ОИСР/** е концентрирана в четири направления: противодействие на подкупването в международните сделки; укрепване на антикорупционните системи в рамките на държавните администрации; контрол върху финансираните с външна помощ проекти и анализ на корупцията в 36-те държави, които членуват в организацията. Република България е подала молба за членство в ОИСР през 2007 г. През 2017 г. българското правителство създаде *междуведомствен координационен механизъм* за действия на страната по присъединяване към организацията.

Усилията във взаимодействието с международните финансови институции – **Световната банка и Международния валутен фонд**, са насочени към реализиране на общите цели за ограничаване на корупционните практики. Те са в областта на противодействието на „прането на пари“, политиката на данъците, администрирането и управлението на държавните разходи.

Сътрудничеството на Република България с **Международния институт за правно развитие в Рим** е в две основни насоки: използване на ресурсите и опита на института и повишаване на практическите знания на юристите.

Регионална инициатива на международно сътрудничество бе подписването през 2000 г. в Сараево от 7 държави, между които и Република България, на *Пакт за стабилност на Югоизточна Европа*. В рамките на пакта бе приета „*Антикорупционна инициатива за Югоизточна Европа*“, съдържаща цели, принци-

пи и *План за действие*.

Формите на международното сътрудничество срещу корупцията в Република България са: *експертно сътрудничество; финансово-логистично и правно-институционално*.

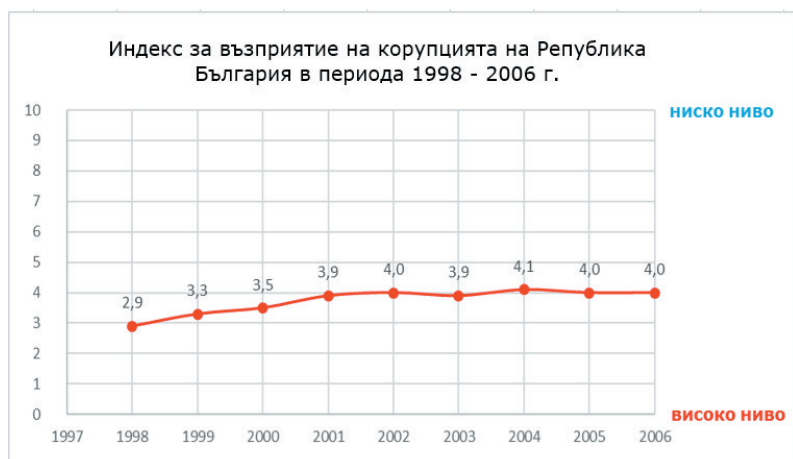
Особено важно значение в международното сътрудничество има организацията **Transparency International**, която има и **български офис „Прозрачност без граници“**. Ежегодно организацията публикува изследвания за нивото на **международния индекс за оценка на корупцията (CPI)**. [11] Индексът е създаден през 1995 г. като комплексен индикатор за оценка на нивото на корупция в публичните институции, но не и в частните. Техническата работа по изготвянето му се осъществява от екип под ръководството на д-р Йохан Граф Ламбсдорф от Гьотинския университет в Германия. Държавите се оценяват по скала от 0 (показател за високо ниво на корупция) до 10 (показател за ниско ниво на корупция).

Република България е включена за първи път в **CPI** на **Transparency International** през 1998 г. със стойност 2.9 пункта.

През по-голямата част от *Предприсъединителния период за пълноправно членство в Европейския съюз от 1995 г. до 2006 г.* изследванията показват бавно, но стабилно повишение на неговите стойности към ниско ниво на корупция. През 2006 г. **индексът за оценка на корупцията на Република България** достига до ниво 4.0, като страната заема 57-мо място измежду 159 държави /вж. Графика 1/.

Следва да се има предвид, че през 1998 г. изследването обхваща 85 държави, като постепенно техният брой достига 180 през 2006 г. Показателите на **индекса за възприемане на корупцията на Република България** мотивира българските правителства, които управляват в *Предприсъединителния период*, да приемат и реализират първите **стратегически документи за противодействие на корупцията**. Успешното противодействие на корупцията изискваше преди всичко политическа воля и действия. Затова бе необходимо провеждането на икономически реформи чрез прозрачна приватизация, опростяване на таксите, както и провеждане на бюджетна и финансова реформа. Предпоставки за успех за противодействие на корупцията в публичната администрация бяха и осъществяването на ефективен финансов контрол и отчетност, наличие на независима съдебна власт, гражданска воля и

упражняване на граждански контрол върху дейността на органите на държавно и публично управление и на служителите от публичната администрация, както и активността на медиите.



Графика 1

През 2000 г. в Република България е приет *Закон за публичност на имуществото на лица, заемачи висши държавни длъжности* [12], известен още и като *Закон за публичния регистър*. Той предвижда всяка година определен кръг от най-висши държавници, държавни служители и политици да подават пред **Сметната палата** специална декларация, в която да посочват имущественото си състояние.

На 11 септември 2002 г., **39-тото Народно събрание на Република България** взема решение за създаване на 23-членна постоянна парламентарна **Комисия за борба с корупцията**.

В мандата на **40-тото Народно събрание** от 2005 г. до 2009 г. комисията е в състав от 24 депутати. Тя подпомага дейността на **Народното събрание**, като *разглежда законопроекти, свързани с противодействието на корупцията* и упражнява от негово име *парламентарен контрол*. Комисията разглежда и Годишната програма за участие на Република България в процеса на вземане на решения на Европейския съюз и проекти за решения, декларации и обръщения, разпределени от председателя на Народното събрание, като изготвя доклади, предложения и становища по тях.

През 2005 г. е приет *Закон за отнемане в полза на държавата на незаконно придобито имущество*. [13] С него е създаден и започва да функционира **независим специализиран постояннодействащ държавен орган – Комисия за установяване на имущество, придобито от престъпна дейност /КУИППД/**.

През 2006 г. в администрацията на **Министерския съвет на Република България** е създаден **Главен инспекторат**. Той е на пряко подчинение на министър-председателя, като разглежда постъпили сигнали за корупция на органи на изпълнителната власт и държавни служители на ръководна длъжност от администрацията на Министерския съвет, извършва проверки и информира министър-председателя за резултатите.

През същата година е създадена и **Комисия по превенция и противодействие на корупцията /КППК/** [14]. Тя анализира проявите на корупция и конфликт на интереси и предлага политики за превенция и противодействие срещу тях.

Във всяко **министерство и държавна агенция** функциите по противодействие на корупцията в съответното ведомство се възлагат на **Инспекторатите към министри и към председателите на държавни агенции**. Те разглеждат и извършват проверки по постъпили сигнали за корупционни прояви и други нарушения, незаконни или неправилни действия или бездействия на служителите от **министерствата и агенциите**.

Изключително важно условие за успешно противодействие на корупцията в публичната администрация в Република България има и правната уредба за наказателно преследване. Разследването на корупция е свързано с традиционните механизми за прилагане на правото, както и с многообразието от **специализирани органи**, на които се възлага да противодействат на корупцията. Това са приоритетни функции, които се възлагат законодателно само на някои органи и структури от държавната администрация в Република България. Престъпленията, които най-ярко представят закононарушенията, отнасящи се до корупция, са: *престъпление по служба, длъжностните престъпления и подкупът*. [15]

Разследването на тези престъпления се възлага на изпълнителната власт, основно на службата за борба с организираната престъпност от **Министерството на вътрешните работи /МВР/**.

През 1991 г. в **МВР** е създадена **Централна служба за борба**

с организираната престъпност /ЦСБОП-МВР/. Същата е реструктурирана през 1997 г. в **Национална служба „Борба с организираната престъпност“ към МВР /НСБОП-МВР/**. Като национална специализирана служба тя осъществява дейности по отношение на организираната престъпност, свързана с противодействие на корупцията в органите на държавната власт. Разследването на престъпления, включително и тези, свързани с корупция, извършени от служители на министерството, се възлага на **дирекция „Вътрешна сигурност“ на МВР**.

В **съдебната власт** към **Висшия съдебен съвет** е изграден **Инспекторат**. Като самостоятелен орган с основна функция той проверява дейността на органите на съдебната власт, като извършва проверки за почтеност и конфликт на интереси на съдии, прокурори и следователи, на имуществените им декларации, както и за установяване на действия, които накърняват престижа на съдебната власт, и такива, свързани с нарушаване на независимостта на съдиите, прокурорите и следователите.

Ефективността на противодействието на корупцията в Република България през *Първия програмен период на членство в Европейския съюз* от 2007 г. до 2013 г. зависеше преди всичко от инициативите, водещи към *„среда с минимална корупция“*. Такива са: инициативи, отнасящи се до националните ангажименти на правителството; приемането на *ведомствени кодекси за поведение* на служителите от различни структури на държавната администрация, както и инициативи за прозрачно управление на публичните финансови дейности.

В края на 2008 г. е приет *Закон за предотвратяване и установяване на конфликт на интереси* [16]. С него е създадена **Комисия за предотвратяване и установяване на конфликт на интереси /КПУКИ/**. Тя е специализиран, независим, постояннодействащ държавен орган. Комисията има възложени функции да установява и предотвратява такива интереси, когато лице, заемащо публична длъжност, има частен интерес, който може да повлияе върху безпристрастното и обективното изпълнение на правомощията или задълженията му по служба.

В **41-вото Народно събрание** с мандат от 2009 г. до 2013 г. **Комисията за борба с корупцията** е преименувана на **Комисия за борба с корупцията, конфликт на интереси и парламентар-**

на етика. Тя е в състав от 15 депутати, които разглеждат законопроекти, свързани с противодействието на корупцията.

През 2010 г. е създаден **Център за превенция и противодействие на корупцията и организираната престъпност към Министерския съвет /ЦППКОП/.** [17] Автор на концепцията за създаването му е германският експерт Ролф Шлотерер, съветник на българското правителство (2009 – 2013 г.). Центърът набира данни и регистрира информация от всички уязвими за корупцията области, като с помощта на комплексни аналитични техники оценява събраната информация и установява слабите места на корупцията. Центърът изпълнява аналитични и консултативни функции и разработва в съответствие с установената потребност системно моделирани решения. По този начин той подпомага всички органи и институции, изпълняващи служебните си дейности в сферата на влияние на корупцията. Центърът не е създаден като оперативно действаща структура. Той не ползва класифицирана информация и не обработва лични данни. Не се обработват и сведения от следствена информация или сигнали за корупция. Това го отличава от всички органи, отговорни за борба с корупцията. Главната цел на центъра е да разработва всеобхватни, измеримо ефективни и дълготрайно действащи превантивни мерки.

През 2010 г. **Национална служба „Борба с организираната престъпност“ към МВР /НСБОП-МВР/** е възстановена отново като **Главна дирекция „Борба с организираната престъпност“ към МВР /ГДБОП-МВР/.**

През 2011 г. с изменения и допълнения на *Закона за съдебната власт* [18] в Република България се създадоха **Специализирана прокуратура, Апелативна специализирана прокуратура,** в състава на които има **следствени отдели, Специализиран наказателен съд и Апелативен специализиран наказателен съд.** Тези прокуратури и съдилища дават възможност за по-качествено правосъдие. Чрез специализацията си следователите, прокурорите и съдиите придобиват по-задълбочени познания, натрупват практически опит и така се повишават качеството и бързината на правораздавателната дейност, включително и тази за престъпления, свързани с корупция.

През 2012 г. е приет *Закон за отнемане в полза на държавата на незаконно придобито имущество* [19]. С него е създаде-

на и започва активно да функционира **Комисия за отнемане на незаконно придобито имущество /КОНПИ/**. Активите, пасивите, архивът и другите права и задължения на съществуващата до този момент **Комисия за установяване на имущество, придобито от престъпна дейност /КУИППД/**, се поемат от **Комисията за отнемане на незаконно придобито имущество /КОНПИ/**.

Въпреки законодателните промени корупцията в Република България не е овладяна. Корупционите практики не са ограничени. Срещу корупцията през този период се противодейства, както от органите на трите независими власти – законодателна, изпълнителна и съдебна, така и от неправителствените организации, медиите и бизнес организациите. Антикорупцията в Република България през този период включва мерки, дейности, инициативи и проекти, които са насочени към ограничаване на корупцията, нейното овладяване и поставяне под контрол. Целта на тези дейности е да се ограничи корупцията до равнища, които се считат за приемливи за развитите западни демокрации.

Изследването на **индексите за възприятие на корупцията на Република България** през *Първия програмен период на членство в Европейския съюз от 2007 г. до 2013 г.* показва, че изградената система за противодействие на корупцията не е ефективна, а борбата с нея е в застой. Основно корупционните практики са при възлагането на обществени поръчки. През 2007 г. страната заема 64-то място измежду 180 държави с индекс 4.1., като през 2011 г. тя изпада на 86-то място от 183 държави с индекс 3.3. /вж.Графика 2/.

През 2012 г. методологията за определяне на **индекса CPI** на Transparency International се променя. Актуалната скала, по която се изчислява, обхваща стойности от 100 (показател за ниско ниво на корупция) до 0 (показател за високо ниво на корупция).

През 2012 г. и 2013 г. **индекса CPI на Република България** е 41, като страната заема през 2013 г. 77-мо място в световната класация измежду 177 държави. В рамките на Европейския съюз **средния индекс CPI** за 2013 г. е 63.30.

**Графика 2**

Република България е на предпоследно място измежду 28-те държави – членки на съюза. След нея е само Гърция.

Лятото на 2013 г. Главна дирекция „Борба с организираната престъпност“ към МВР /ГДБОП-МВР/ преминава с всичките си активи и пасиви в структурата на Държавната агенция „Национална сигурност“ /ДАНС/ като дирекция „Борба с организираната престъпност“ /ДБОП-ДАНС/.

Към Висшия съдебен съвет е изградена *постоянна комисия*, осъществяваща анализ на информацията за наличие на корупционни практики в съдебната система – Комисия „Професионална етика“.

В 42-рото Народно събрание с мандат от 2013 г. до 2014 г. Комисията за борба с корупцията, конфликт на интереси и парламентарна етика е в състав от 16 депутати. Политическа конфронтация в страната води до предсрочни парламентарни избори, което стопира законодателната дейност.

Новото 43-то Народно събрание започва дейността си през 2014 г. и е с предсрочно прекратен мандат през 2017 г. Избраната Комисия за борба с корупцията, конфликт на интереси и парламентарна етика е в състав от 18 депутати. Същите успяват да внесат няколко законопроекта за структурни промени в институции, на които са възложени функции за противодействие на корупцията.

През 2015 г. с изменения в *Закона за Министерството на вътрешните работи* [20] дирекция „Борба с организираната престъпност“

тъпност“ на Държавна агенция „Национална сигурност“ /ДБОП-ДАНС/ излиза от нейната структура и започва да функционира отново като Главна дирекция „Борба с организираната престъпност“ на МВР /ГДБОП-МВР/. Служителите на дирекцията осъществяват разследване, по отношение на организирана престъпна дейност, свързана с корупция в органите на държавната власт.

През 2015 г. е създаден **Национален съвет по антикорупционни политики към Министерския съвет на Република България** [21]. Функциите на съвета като междуведомствен съвещателен орган са да координира и контролира разработването на политиките в областта на превенцията и противодействието на корупцията.

През 2016 г. с изменения на *Закона за съдебната власт* [22] към **Висшия съдебен съвет** са изградени *две постоянни комисии*, осъществяващи анализ на информацията за наличие на корупционни практики в съдебната система:

- **Комисия „Професионална етика“** - съдийска колегия;
- **Комисия „Професионална етика“** - прокурорска колегия.

В **44-тото Народно събрание** с мандат от 2017 г., който трябва да приключи през 2021 г. **Комисията за борба с корупцията, конфликт на интереси и парламентарна етика** е в състав от 9 депутати. Съществените законодателни реформи, които се предприеха за усъвършенстване на системата за противодействие на корупцията през *Втория програмен период на членство в Европейския съюз от 2014 г. до 2020 г.*, се осъществиха в началото на 2018 г. Приет е нов *Закон за противодействие на корупцията и за отнемане на незаконно придобитото имущество* [23]. Законът създаде нов **независим специализиран постояннодействащ държавен орган – Комисия за противодействие на корупцията и за отнемане на незаконно придобитото имущество /КПКОНПИ/**. Основни нейни функции са да защитава интересите на обществото чрез:

- ефективно противодействие на корупцията;
- създаване на гаранции, че лицата, заемащи висши публични длъжности, ще изпълняват правомощията или задълженията си честно и почтено при спазване на *Конституцията на Република България и законите*;

- предотвратяване на възможностите за незаконно придобиване на имущество и разпореждането с него.

Комисията за противодействие на корупцията и за отнемане на незаконно придобитото имущество /КПКОНПИ/ е правоприемник на съществуващите до този момент **Комисия за отнемане на незаконно придобитото имущество /КОНПИ/**, на **Комисията за предотвратяване и установяване на конфликт на интереси /КПУКИ/** и на **Центъра за превенция и противодействие на корупцията и организираната престъпност към Министерски съвет /ЦППКОП/**, на съответната част от активите, пасивите, архива, правата и задълженията на **Сметната палата**, свързани с дейността по *Закон за публичност на имуществото на лица, заемащи висши държавни и други длъжности*, както и на съответната **специализирана дирекция от Държавна агенция „Национална сигурност“ /ДАНС/** за противодействие на корупционни прояви сред лицата, заемащи висши държавни длъжности.

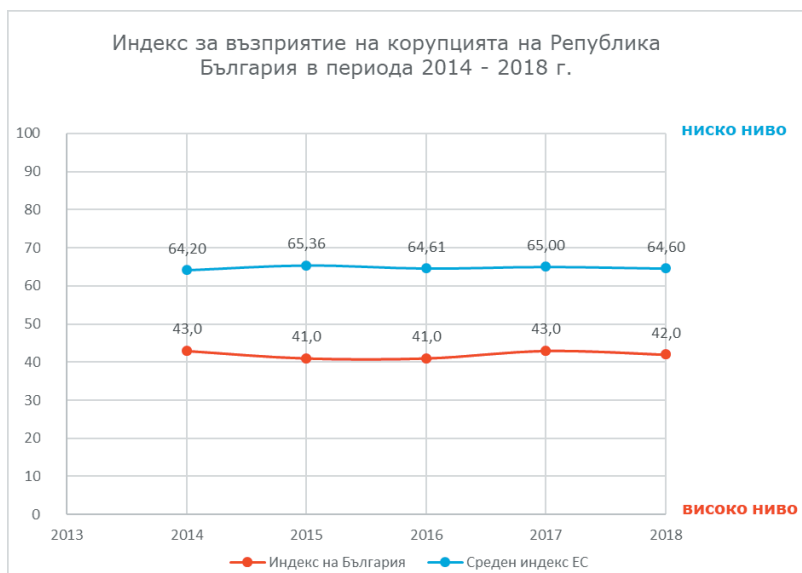
Комисията е колективен орган, който се състои от петима членове – председател, заместник-председател и трима други членове. Те се избират от **Народното събрание** за срок от 6 години. Тя има изградени 5 *териториални дирекции* в градовете София, Пловдив, Варна, Бургас и Велико Търново. Към дирекциите са изградени *бюра* в различни градове.

За изпълнение на дейностите си **Комисията** си взаимодейства с: **прокуратурата, Министерството на вътрешните работи /МВР/, Държавна агенция „Национална сигурност“ /ДАНС/, Държавна агенция „Технически операции“ /ДАТО/, Държавна агенция „Разузнаване“ /ДАР/ и Служба „Военна полиция“** към министъра на отбраната.

Комисията отчита дейността си пред **Народното събрание** на Република България.

Изследването на **индексите за възприемане на корупцията на Република България** през *Втория програмен период на членство в Европейския съюз от 2014 г. до 2020 г.* показва, че въпреки значимите реформи, които са извършени в системата за противодействие на корупцията, тя все още не е ефективна. През 2014 г. страната заема 69-то място измежду 175 държави с индекс 43, като през 2018 г. тя изпада на 77-мо място от 180 дър-

жави с индекс 42. В рамките на Европейския съюз средния индекс е 64.60 /вж.Графика 3/.



Графика 3

Показателен за неефективността на системата за противодействие на корупцията в Република България е фактът, че от 2015 г. Република България неизменно заема през следващите три години последно място измежду 28-те държави-членки на Европейския съюз. Основно корупционните практики са отново при възлагането на обществени поръчки и концесии.

х х х

Вследствие на изложеното могат да бъдат направени следните **обобщени изводи**:

- Преходният период към демокрация и пазарна икономика от 1989 г. до 1994 г. се характеризира с това, че българските правителства не реализират политики за изграждане на система за противодействие на корупцията. Изследванията на **индексите за възприятие на корупцията на Република България** през периода показват бавно, но стабилно повишение на неговите стойности към ниско ниво на корупция;

• *Предприсъединителният период за пълноправно членство в Европейския съюз от 1995 г. до 2006 г. се отличава с това, че българските правителства предприемат действия за ратифициране на международни актове, директиви и регламенти на Европейския съюз, като приемат и започват да реализират първите стратегически документи за противодействие на корупцията. Приети са и два закона – *Закон за публичност на имуществото на лица, заемащи висши държавни длъжности* и *Закон за отнемане в полза на държавата на незаконно придобито имущество*. Въпреки предприетите действия **индексите за възприятие на корупцията на Република България** през периода показват, че системата за противодействие на корупцията не е ефективна;*

• *Първият програмен период на членство в Европейския съюз от 2007 г. до 2013 г. се характеризира с това, че българските правителства предприемат значителни организационно-правни мерки за създаването на множество държавни институции за противодействие на корупцията/комисии, центрове, агенции, специализирани служби, специализирани прокуратури и специализирани съдилища/, които осъществяват функциите си децентрализирано. Липсата на координация между тях и засилената ведомственост затруднява постигането на основната цел за ефективно противодействие на корупцията, нейното овладяване и поставяне под контрол. **Индексите за възприятие на корупцията на Република България** през периода показват понижение на неговите стойности към високо ниво на корупция. Изградените множество органи и структури на администрацията, които ги подпомагат, усъвършенстват система за противодействие на корупцията, но тя все още не е ефективна;*

• *Вторият програмен период на членство в Европейския съюз от 2014 г. до 2020 г. се характеризира с това, че българските правителства успяват чрез приемането на ново законодателство - *Закон за противодействие на корупцията и за отнемане на незаконно придобитото имущество* да централизират системата за противодействие на корупцията. Създадените органи и администрации, които ги подпомагат, координират по-добре функциите и дейностите си. През 2019 г. правителството публикува за обществено обсъждане проект на *Постановление за създаване на Съвет за координация и сътрудничество между из-**

пълнителната, съдебната и законодателната власт. Препоръчително е постановлението да бъде прието. Целта е създаването на механизъм за национален мониторинг за отчитане цялостното изпълнение на мерките, предприети в областта на независимостта, отчетността и реформата в съдебната власт, борбата с корупцията и организираната престъпност. [24] **Индексите за възприемане на корупцията на Република България** през периода до 2018 г. показват, че няма съществена промяна на неговите стойности. Страната е на последно място, като ниво на корупция измежду държавите-членки на Европейския съюз.

Препоръчително е след приключването на *Втория програмнен период на членство в Европейския съюз*, да се извърши задълбочен анализ за ефективността на централизирано изградената система за противодействие на корупцията в Република България, като се изведат нейните силни и слаби страни и проблеми при функционирането. Очакванията са тя да бъде по-ефективна, а **индекса за възприемане на корупцията на Република България** да се повиши, като се доближи до **средната стойност на индекса за Европейския съюз**.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национална стратегия за противодействие на корупцията 2001- 2005 г., приета с Решение № 671 от 01.10.2001 г. на Министерския съвет на Република България; Стратегия за прозрачно управление и за превенция и противодействие на корупцията за периода 2006 – 2008 г.; Интегрирана стратегия за превенция и противодействие на корупцията и организираната престъпност, приета с Протокол № 45.32 на Министерския съвет на Република

България от 18.11.2009 г. и Национална стратегия за превенция и противодействие на корупцията в Република България 2015–2020 г., приета с Решение № 230 от 09.04.2015 г. на Министерския съвет на Република България.

2. План за действие срещу корупцията. Коалиция 2000. С., 1998 г., с.56-57.

3. Декларация срещу корупцията и подкупа в международните търговски сделки, одобрена с Резолюция 51/91 през 1956 г. от ОС на ООН

4. Международен кодекс за поведението на длъжностните лица, одобрен с Резолюция 51/59/1996 г. на ОС на ООН.

5. Кодекс на служителите в държавната администрация, обн. ДВ.бр.53/2004 г.

6. Конвенция на ООН срещу корупцията, ратифицирана със закон, приет от 40-то Народно събрание на 3 август 2006 г., обн. ДВ, бр. 66/2006 г., издадена от Министерството на правосъдието, обн., ДВ, бр. 89/2006 г., в сила за Република България от 20 октомври 2006 г.

7. Сборник „Международни актове за противодействие на корупцията“, Информационен център на Съвета на Европа. С., 1999 г., с. 7-135.

8. Гражданска конвенция за корупцията, ратифицирана със закон, приет от 38-мо Народно събрание на Република България на 10 май 2000 г., обн. ДВ. бр. 42/2000 г.

9. Наказателна конвенция относно корупцията, ратифицирана с резерви със закон, приет от 38-мо Народно събрание на Република България на 12 април 2001 г., обн. ДВ. бр. 42/2001 г., издадена от Министерството на правосъдието, обн. ДВ. бр. 73/2002 г., в сила за Република България от 1 юли 2002 г.

10. Рамково решение 2003/568/ПВР на Съвета относно борбата с корупцията в частния сектор, прието от Съвета на Европейския съюз на 22 юли 2003 г.

11. Информация за дейността на българския офис „Прозрачност без граници“ на организацията Transparency International

и ежегодните доклади за индексите за възприятие на корупцията на Република България вж. на Интернет адрес: http://transparency.bg/bg/transp_indexes/

12. Закон за публичност на имуществото на лица, заемачи висши държавни длъжности, обн. ДВ. бр.38/2000 г., отменен ДВ. бр. 7 от 19/2018 г.

13. Закон за отнемане в полза на държавата на незаконно придобито имущество, обн. ДВ. бр. 19/2005 г., отменен ДВ. бр. 38/2012 г.

14. Комисия по превенция и противодействие на корупцията, създадена с Решение № 61 от 2 февруари 2006 г. на Министерски съвет на Република България.

15. Наказателен кодекс, обн. ДВ. бр. 26/1968 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр.16/2019 г. – *престъпления по служба/чл. 282-285/; подкуп/чл. 301-307а/ и длъжностни престъпления/чл. 387-388/*

16. Закон за предотвратяване и установяване на конфликт на интереси, обн. ДВ. бр. 94/2008 г., отменен ДВ. бр. 7/2018 г.

17. Център за превенция и противодействие на корупцията и организираната престъпност към Министерския съвет, създаден с Постановление №158 от 29 юли 2010 г. на Министерски съвет на Република България.

18. Закон за съдебната власт, обн. ДВ. бр. 64/2007 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 64/2019 г. – чл.136, ал.1, Раздел VI „а“ и Раздел VII „а“.

19. Закон за отнемане в полза на държавата на незаконно придобито имущество, обн. ДВ. бр. 38/2012 г., отменен ДВ. бр. 7/2018 г.

20. Закон за Министерството на вътрешните работи, обн. ДВ. бр. 53/2014 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 58/2019 г.

21. Национален съвет по антикорупционни политика към Министерския съвет на Република България, създаден с Постановление № 136 от 29 май 2015 г. на Министерския съвет на Република България.

22. Закон за съдебната власт, обн. ДВ. бр. 64/2007 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 64/2019 г. – чл. 37, ал. 3.

23. Закон за противодействие на корупцията и за отнемане на незаконно придобитото имущество, обн. ДВ. бр. 7/2018 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр.17/2019 г.

24. Проект на Постановление на Министерския съвет за създаване на Съвет за координация и сътрудничество между изпълнителната, съдебната и законодателната власт – повторна консултация, публикувано на Интернет адрес: <https://www.strategy.bg/PublicConsultations/View.aspx?lang=bg-BG&Id=4539>

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Проф. д-р Николай Арабаджийски е ръководител на секция „Публична администрация“ към департамент „Администрация и управление“ на НБУ от 2017 г. Основните му научни и практико-приложни приноси са в областта на публичното управление и публичната администрация. Допълнителни изследователски интереси има в областта на националната сигурност. Автор е на множество научни публикации и чете академични курсове в тези области. Член е на редакционния съвет на Годишника на департамент „Администрация и управление“ на НБУ, и на международни редакционни съвети на академии по управление в Руската федерация.

СПЕЦИАЛНИТЕ СЪБИТИЯ В ТУРИЗМА - НАЙ-АТРАКТИВНИТЕ КОМУНИКАЦИОННИ ИНСТРУМЕНТИ КЪМ ПРЕЖИВЯВАНЕТО И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕТО С ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

Доц. д-р Соня Алексиева
Нов български университет

Анотация: Туристическата индустрия е сред най-ранните „откриватели“ на специалните събития, които десетилетия наред доказват силата им за установяване на устойчива връзка и директно взаимодействие с потребителите. Чрез надграждането на информацията, комуникацията и изживяването, събитията по нетрадиционен начин изграждат лоялност към марките, създават общности и персонализират послания. Анализираните в текста примери от практиката допълват темата за успешното позициониране на продукти и привличането на лоялни клиенти. Публикацията доказва как специалните събития в туризма обединяват потребителите чрез нетрадиционен начин на общуване и създаването на позитивни емоции. Във времето на дигиталните технологии споделянето съдържание и интерактивните преживявания превръщат събитията в ефективни, но и във все по-атрактивни инструменти за комуникация в туризма.

Ключови думи: туризъм, специални събития, комуникации, потребители, послания, изживяване, дигитални технологии.

SPECIAL EVENTS IN TOURISM - THE MOST ATTRACTIVE COMMUNICATION TOOLS TO EXPERIENCE AND INTERACTION WITH CUSTOMERS

Assoc. Prof. Sonya Alexieva, Ph.D.
New Bulgarian University

Abstract: *The tourism industry is among the „pioneers“ of special events which have proved over the years their capacity to establish a sustainable relationship and direct interaction with customers. Through information, communication, and experience, events succeed in building brand loyalty, create communities, and generate tailored messages. Cases from the practice analyzed in the text complement the theme of successful product positioning and attracting loyal customers. The paper provides evidence of how special events in tourism unite customers through unconventional ways of communication and positive emotions. In the era of digital technologies, through shared content and interactive experiences, events have become effective and increasingly attractive communication tools in tourism.*

Key words: *tourism, special events, communication, customers, messages, experience, digital technologies.*

Динамиката в развитието на туризма във времето на глобализацията, предизвикателствата на новите технологии и иновациите, които рефлектират върху качеството на туристическите продукти и услуги, променят нагласите и очакванията на потребителите на конкурентния пазар. В този смисъл, „желанието да видиш нещо различно“, е естествена част от „културната възвращаемост“ на пътуването, което все повече в днешния век се свързва и с психологическите, и с финансовите профили на туристите. По-информирани и по-комуникативни в нарастващата дигитална конкуренция на платформите за продажба на стоки и услуги, днес потребителите все повече оценяват и плащат за качествен, стойностен, но и атрактивен туристически продукт.

От една страна, промяната в дигиталните навици на туристите, ги насърчава постоянно да използват глобалната информационна мрежа за планиране/организиране на всяко пътуване, ваканция или посещение на събитие. От друга - разширявайки информационната си компетентност, те стават все по-релевантни за динамичния си живот на пътуващи хора, превръщайки „в зависимост от желанието и възможностите, всяко пътуване в мечта, в изживяна фантазия, в скок в бъдещето или връщане към миналото...“ [1].

Практиката на българския туризъм допълва актуалната тема за успешното позициониране на атрактивни туристически продукти и привличане на клиенти чрез участие в събития. Те обединяват потребителите чрез нетрадиционен начин на общуване, споделено съдържание и създаване на позитивни емоции. Във времето на новите технологии използването на *все по-разнообразните възможности*, които предлага интернет като среда за

пътувания и развлечения, превръща събитията във все по-атрактивни инструменти за комуникация в туризма.

В съзнанието на потребителите - мечти, които трябва да се изживеят

На прочутия китайски философ Конфуций, наричан „Учител на 10 000 поколения“, принадлежи мъдростта: „Чух и забравих. Видях и запомних. Преживях и разбрах“. Именно *персоналното участие, преживените чувства и споделените емоции* са път към достоверността и разбирането на историческите факти и чуждите традиции. Те повишават както удовлетвореността на туристите при откриване на местната/националната идентичност в една дестинация, така и с постиженията на нейните културни индустрии. Това води до *развитие на устойчив културен туризъм*, който привлича нови и запазва лоялните туристи, промотира ресурси/ценности, които генерират преки и непреки икономически, както и имиджови резултати.

Свързването на пътуване/ваканция в предпочитана дестинация с известно събитие и обратното - избор на събитие, което „открива“ непозната дестинация, обогатява връзката на туристите с нея и прави разпознаваем бранда ѝ. Магията на известните дестинации е в основата на желанието да ги открием, без да ги свързваме с определени събития или атракции. Но и магията на съпреживяването е част от популярни събития, които избираме, без да ни влияе доминацията на конкретна дестинация.

Магията за много от тези мечтани места синтезира кратко, но точно известният журналист, писател и пътешественик Ерик Уайнър: „Някои места просто са такива. След като сме виждали толкова много техни изображения, ние си въобразяваме, че сме имунизирани срещу техния магнетичен чар, колкото и да е голям. Когато обаче ги видим на живо, те карат сърцето ни да забие ускорено и да притихнем в изненадващо смирение. „О!“ успяваме да кажем, когато отново сме в състояние да си поемем дъх. „*Нямах представа*“ [2].

Посланията на обекти-легенди и събитията, които ги промотират, изграждат в съзнанието на потребителите мечти за уникални пътувания, които трябва да се изживеят. С тях десетки години привличат чудесата на света - пирамидите край Гиза, Ко-

лизеума, Великата китайска стена, древния град Петра, Акропола, Мачу Пикчу, или известните природни забележителности като Гранд Каньон, Алпите, Големия бариерен риф, Ниагара, Евреест и др. Най-посещаваните туристически градове Венеция, Ню Йорк, Париж, Барселона, Амстердам, Лондон, Дубровник, които днес са негативен пример за свръхтуризъм, включват все по-богат фестивален и концертен живот в годишните си календари. Приносът на събитията се оценява както по отношение на икономическия, така и по имиджовия ефект върху дестинацията като разпознаваемо и предпочитано място за туристите.

В този смисъл, известният туристически обект или специалното събитие - създадено да го рекламира и привлича, което посетителите винаги свързват с него, се позиционира не само трайно, но и по нестандартен начин *в съзнанието на потребителя*. Двойката (обект-събитие), която обединява и надгражда имиджа, привлича в културния туризъм със силата на посланието, но и с натрупването на различни преживявания (Венеция - карнавал; Берлин – Октоберфест; Мадрид - корида; Пекин - Забраненият град; Кан - фестивал и т.н.). Най-дългогодишните и най-популярните специални събития си партнират и печелят от туристическата индустрия, която инвестира все повече в тях и съответно - печелят имидж на дестинацията [3].

Приоритизирането на темата за специалните събития в туризма днес, е продължение на успешното развитие на събитийния маркетинг - съществена част от всеки маркетингов план. Заедно с рекламата, пбблик рилейшънс и промоциите, събитията отдавна не служат само за създаване на информираност и убеждаване на потенциални клиенти да купят даден продукт или услуга. *Тяхната сила е в изживяването, в създаването на спомени, в индивидуалното участие, което ражда емоции.*

Това обяснява успеха на „т.нар. индустрия на изживяванията или икономика на изживяванията, според която днес хората много често плащат не само за да притежават нещо, а за да направят нещо - т.е. да участват в процеса на създаване на стоките, те самите да вложат усилия и съответно - да продуцират емоция, която многократно повишава цената на самата стока“ [4]. В този аспект, ключова за развитието на туризма е *добрата комуникационна стратегия* на една държава, която „следва да постави

акцент върху постиженията и предимствата на дадената страна, да прояви комуникационна гъвкавост, за да изпраща правилните послания към заобикалящия свят..." [5].

Туристическата индустрия - основен участник в успеха и привлекателността на събитията

Като най-атрактивните комуникационни инструменти към преживяването и взаимодействието с потребителите, специалните събития надграждат първоначалното си значение, което носи конкретни ползи на туристическата дестинация. Терминът „*публично събиране*“ още от миналия век анонсира събития, организирани от професионалисти, които най-често събират хора на едно място за някаква цел [6] и неслучайно се определят като „уникален момент във времето“. Целта се представя от четири дейности - *празнуване, образование, маркетинг или събиране* [7]. Те не само се определят като неотменни и важни за всеки бизнес и личен живот, но са в основата на създаване на трайни и емоционални връзки с потребителите.

Популярните събития се определят, от една страна, като „... еднократно или повтарящо се събитие за ограничен период от време, което повишава познаваемостта и носи ползи на туристическата дестинация за кратък период от време“ [8]. От друга - резултатите от организирането на събития включват анализирането както на позитивните, така и на негативните последици, които кореспондират в пряка връзка с *надграждане на положителния имидж* на дестинацията/мястото [9]. Този имидж е в основата за привличане на нови туристи и превръщането им в лоялни, както и за разширяване на концепцията (устойчива или променлива) за развитие на събитиен туризъм.

От страна на предлагането, дестинациите „разработват, улесняват и промотират събития от всякакъв вид за постигане на много цели“ [10]:

- да привлекат туристи (особено извън пиковите сезони);
- да служат като катализатор (за обновяване на градовете и за увеличаване на инфраструктурния и туристическия капацитет на дестинацията);
- за насърчаване на позитивен имидж на дестинацията и допринасяне за общия маркетинг на местата (вкл. принос за насърчаване на по-добро място за живеене, работа и инвестиции);

- за анимиране на конкретни атракции или зони и др.

Събитията печелят признанието на публиките не само в контекста на маркетинговите си цели да продават/промоцират продукти, услуги, стоки, марки и др., както и в туризма да „продават“ дестинации, бранд, имидж. Те заемат все по-важно място в палитрата от работещи инструменти на интегрираните маркетингови комуникации (ИМК) в *изграждането на доверие и устойчиви връзки* с потребителите, особено чрез споделяне на текст и видео съдържание за преживявания и емоции в различни събития.

В този контекст, изключително е вниманието към преживяването и взаимодействието на различните публики (от организаторите до участниците) за постигането на тези сложни цели. Така например, едни от най-търсените днес в туризма – културните събития, се „нуждаят от съвременен маркетингов подход на управление, за да бъдат устойчиви и успешни във времето, включително и като база за формиране на културно-туристически продукт (КТП)” [11]. Провеждането им и превръщането им в успешен продукт се нуждае от професионални маркетингови действия, които да обхванат и задоволят „различните интереси, както по отношение на влаганите ресурси, така и по отношение на растящата конкуренция и разбира се, на културната цел – задоволяване на *определени специфични нужди на всички участници* – организатори, спонсори, отразяващи събитието медии, изпълнители, местни зрители/слушатели, фенове и туристи” [11].

Подчертавайки значението, както на реалните, така и на виртуалните събития, изследователите анализират същността им от гледна точка на тяхната *привлекателност и ценност за потребителите*. „По принцип „управление на събития“ е бързо развиваща се професионална среда, в която туристите представляват потенциален пазар за планирани събития, а туристическата индустрия се превърна в основен участник в техния успех и привлекателност...” [10]. От една страна, голяма част от тази привлекателност е, че „те никога не са еднакви и трябва да „бъдете там“, за да се насладите напълно на уникалното преживяване”. От друга – планираните събития са „пространствено-времеви феномен и всеки от тях е уникален поради взаимодействията между обстановката, хората и системите за управление – включително елементите на проектиране и програмата” [10].

Днес специалните събития са оценявани и признати като *универсална комуникационна технология* с „много силно въздействие върху аудиторията“, поради „директният контакт с избрани лица, емоционалното въздействие на база на преживяването по време на събитието, както и доверието и емоционалната връзка, която се изгражда между организатора и аудиторията на събитието“ [12].

Предизвикателствата на събитията - от преживяването до споделянето

Естествената доминация на преживяването и взаимодействието за потребителите в туризма е заложена в самата същност на неговото възникване и развитие като „*индустрия на гостоприемството*“. От времето на прочутите най-древни събития - Олимпийските игри в чест на Зевс, до поклонническия туризъм в Делфи, от описанието на седемте велики чудеса на света от „бащата на историята“ Херодот (наричан още „първият гръцки турист“) до необикновените пътешествия на Марко Поло, туризмът привлича с правото на пътуване и свободата на движение на пътуващите хора.

Туризмът е „дейността най-често свързвана с почивка и релаксация, спорт и досег с културата и природата“, която трябва да се планира и практикува като „привилегировано средство за индивидуално и колективно задоволство; средство за индивидуално и колективно удовлетворяване“. От друга страна обаче, участниците в неговото развитие „трябва да опазват природната среда с оглед постигане на сигурен, траен и устойчив икономически ръст, предназначен да задоволява справедливо нуждите и желанията на настоящото и бъдещите поколения“ [13]. Тези принципи на Световния кодекс на етиката в туризма (Global Code of Ethics for Tourism) катализират *предизвикателствата пред специалните събития*, в контекста на „съблюдаване на обществените и културни традиции и практики на всички народи“, които разширяват и разнообразяват палитрата на познавателните и развлекателните цели, които са в основата на пътешествията.

Успешните събития, които големите бизнес компании използват чрез маркетинга на преживяванията (*experiential marketing*), доказват защо тези ефективни комуникационни инструменти изграждат силна връзка с потребителите. От икономическите до кор-

поративните, от технологичните до културните събития, предизвикателството на бизнеса е как изборът на креативно послание, нестандартна локация или изненадващ сценарий, да постигне по-добро таргетиране, да накара клиентите не само да участват, но да споделят впечатления онлайн, да *асоциират съпреживяването си с марката*. Всичко това в туризма обаче засилва значението на събитията като ефективни комуникационни инструменти, заради установяване на по-устойчива и по-дълготрайна връзка с потребителите, превръщайки ги в т. нар. лоялни туристи.

Чрез избора на международното/националното събитие (дестинация/град), мястото на провеждане (курорт/хотел), времето на провеждане (във или извън туристическите сезони) се надграждат реални очаквания за кумулативен ефект върху качествения потенциал на събитийния туризъм. Добрите практики у нас доказват утвърждаването на десетки събития, които страната, разделена концептуално на девет туристически района (2015 г.), предлага в тях на различно място и време на българските и чуждестранните посетители.

Развитието на фестивалите и събитията в „Актуализираната Национална стратегия за развитие на устойчив туризъм в България - 2014-2030“ се обобщава като „значим потенциал за развитие на туризма: в Регистъра на туристическите фестивали и събития на МТ23 са вписани 1 278 събития и фестивали. От тях с международно значение са 99, с национално - 358, с регионално - 279, с общинско - 43, и с местно - 505“ [14]. Културният, фестивалният, културно-историческият, образователният, виненият са сред видовете, които *удължават успешно туристическия сезон*. Креативният, фолклорният, селският, кулинарният, сватбеният туризъм популяризират с нови преживявания *по-малко посещавани дестинации/обекти* у нас.

Пример за това са известни събития, организирани от общини, туристически сдружения или професионални гилдии, които привличат много посетители и туристи именно с цел да засилят *синергетичния ефект* от информацията, комуникацията и изживяването. Международен музикален фестивал „Варненско лято“ (Варна), „Празник на розата“ (Казанлък), „Мартенски музикални дни“ (Русе), „Сцена на вековете“ (Велико Търново), „София филм фест“ (София), „Сцена на кръстопът“ (Пловдив), Международен

фестивал на пясъчните фигури (Бургас), Международен панаир на занаятите (АЕК „Етър“), Международен фестивал на православната музика „Св. Богородица-Достойно естъ“ (Поморие), Международен джаз фестивал (Банско), Събор на народното творчество и животновъдство „Рожен“ (Смолян), Празник на черешата (Кюстендил), Фестивал на Странджанската зеленика (Малко Търново-Царево), „Дельовите празници“ (Златоград), Празник на киселото мляко (Разград) и др., са една малка част от утвърдените и все по-посещавани културни и др. събития в страната.

Сред тях са и сравнително по-новите във времето събития като: „Летни музикални вечери на Античния форум“ (Стара Загора), „Дефиле на младото вино“ (Пловдив), Международен фестивал на фолклорната носия (Жеравна), Русенски карнавал (Русе), фестивал „Храна и вино“ (Варна), „Нощ на Самоводската чаршия“ (Велико Търново), фестивал на „Етносите, багрите и котленския килим“ (Котел) и много други. Десетки са разнообразните културни формати, които откриват между традициите, обичаите и възстановките *все повече туристи в българските музеи* в София, Пловдив, Варна, Бургас, Русе, Велико Търново, Благоевград, Казанлък, Шумен, Габрово, Сливен, Разград, Плевен, Смолян, Трявна и в много галерии в страната. Нетрадиционният начин на общуване, създаването на позитивни емоции, но и позиционирането на нови туристически продукти и привличането на бъдещи посетители, надграждат успешно посланията на организаторите на тези събития.

Заклучение

Като най-атрактивни комуникационни инструменти към преживяването и взаимодействието с различни публики, специалните събития генерират в процеса на организацията си многобройни *креативни и професионални предизвикателства*. Комуникационните аспекти на събитийния мениджмънт включват динамични връзки с разнородни публики, многопластово общуване с представители на различни професии, използване на много комуникационни канали, сложна координация и контрол на стратегия, програми, екипи, срокове, бюджети, подизпълнители и т.н.

Спецификата на събитията в туризма концентрира в чисто комуникационен план предвидими казуси и непредвидими проблеми, където човешките ресурси, технологиите, финансовите,

правните, етичните, кризисните и др. ситуации могат да променят реализацията им. Поради многобройните си положителни характеристики и уникални възможности за промоциране и на туризма, събитията днес се превръщат „в един от най-ефективните комуникационни инструменти и доброто им организиране и управление е основен фактор за техния успех и постигането на комуникационните цели на организатора“ [12].

Преосмисляне на културното наследство и специалните събития в туризма е особено актуално в контекста на *туристическото райониране на България* като част от националната политика на страната. Културният туризъм е с „голям потенциал за развитие, присъства като доминиращ продукт в почти всички туристически райони на страната...с най-големи възможности са Тракийски, Дунавски и Старопланински райони, където са концентрирани най-много от културно-историческите атракции“ [14].

Какви са реалните резултати от организиране на събитията в туризма, обединяващи разнообразни формати на фестивали, концерти, възстановки, атракции, сцени на открито, алеи на занаятите, състезания и др.?

Те привличат повече туристи към вътрешния туризъм на страната; популяризират културното наследство и съвременната култура на България пред чуждестранните гости; насърчават диверсификацията на туристическия продукт; променят визията на страната като разпознаваема дестинация с целогодишен туризъм; промотират по-неизвестни дестинации със запазена история, традиции и местни обичаи; стимулират инвестиции в инфраструктурата и нови работни места; удължават зимния/летния сезон и др.

Като „уникална сфера на познанието“ [6] специалните събития избират по-високообразованите, по-платежоспособните и по-мобилните потребители, които предпочитат дестинациите за културен туризъм. Професионално организираните и креативните събития с: гъвкави послания в глобалната мрежа; активно споделяни в социалните мрежи; популяризирани от известни блогъри и др. – генерират позитивни имиджови и икономически резултати за конкретните дестинации. Разпознаваемите брандове, *по-активната комуникация с новите поколения* (като Y, Z), нестандартните идеи за ваканция и развлечения привличат все повече туристи на конкурентния пазар, където печелят динамичните онлайн предизвикателства и ефективните комуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексиева, С. (2004). *Връзки с обществеността на културния туризъм*. София: ПР Туризъм Консулт, с. 38.

2. Уайнър, Е. *География на гения. В търсене на най-творческите места по света* (2016). (превод Нейко Генчев). Велико Търново: Фабер, с. 175.

3. Alexieva, S. Special Events for Image Building in Tourism (2011) – In: *Journal of Science & Research*, Vol. 1(2) p. 65, (p. 58-65).

4. Павлова, А. Бранд и брандинг – значение и изграждане на бранда. – В: Павлова, А., З. Славчев. *Реклама, публичен брандинг, нормативна уредба* (2015). София: Нова звезда, с. 84.

5. Павлова, А. Бранд и брандинг – значение и изграждане на бранда. – В: Павлова, А., З. Славчев. *Реклама, публичен брандинг, нормативна уредба* (2015). София: Нова звезда, с. 112.

6. Голдблат, Д. (2005). *Специални събития: Глобалният събитиен мениджмънт през 21. век*. София: Рой комюникейшън, с. 8

7. Голдблат, Д. (2005). *Специални събития: Глобалният събитиен мениджмънт през 21. век*. София: Рой комюникейшън, с. 8-9.

8. Allen, J., O’Toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. (2010). *Festival and special event management* (5th Edition), p. 13.

9. Hernandez-Mogollon, J.M. & Folgado-Fernandez, J.A. *Event Tourism Analysis and State of the Art* (2014) – In: *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol.5, Issue 2, p. 83-102.

10. Getz, D. Event tourism: Definition, evolution, and research – In: *Tourism Management* 29 (2008), pp 403-428. Published 2008, accessed 20 June 2019 https://www.academia.edu/2020851/Event_tourism_Definition_evolution_and_research

11. Ракаджийска, С. К. Янчева. Маркетингов подход за усъвършенстване на портфолиото на международен фолклорен фестивал „Варненско лято“ като културно-туристически продукт (2018) – В: *Известия на Съюза на учените, Варна*, том 7 №1, с. 67 (с. 66-77). Публикуван 2018, прочетен 20.07.2019 – <http://www.>

su-varna.org/izdanij/2018/EconomicSciencesSeries_2018_1/Body_EconomicSciences_2018_1.pdf

12. Обрейкова, О. Събитиен мениджмънт и комуникационна среда. – В: онлайн сп. *Реторика и комуникация*, бр. 1/2011. Публикуван 2011, прочетен 25.07.2019 – <http://rhetoric.bg/wp-content/uploads/2011/09/olya-ivanova-eventmanagment-comm.pdf>

13. Global Code of Ethics for Tourism (GCET) – World Tourism Organization (UNWTO) – <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>

14. Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма, 2014 – 2030 г., Министерство на туризма. Публикуван 2017, прочетен 25.07.2019 – http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Соня Алексиева е доцент в Нов български университет – преподавател в департамент „Администрация и управление“. Научните ѝ интереси са свързани с комуникации, връзки с обществеността, реклама, специални събития в туризма. Има дългогодишен опит като PR експерт, с тясна специализация – PR в туризма. Участвала е в редица чуждестранни и български комуникационни проекти, както и в много PR кампании, в изграждането на стратегии, бранд и визия на туризма в България. Автор е на над десет монографии и учебници, както и на стотици публикации в областта на туризма, културния туризъм, пбъблик рилейшънс и бизнес комуникациите. Член е на Международната асоциация по пбъблик рилейшънс (IPRA); Международната организация на журналистите и писателите по туризма (FIJET); Българското дружество за връзки с обществеността (БДВО); Българската асоциация по маркетинг (БАМ).

РАЗВЛЕКАТЕЛНИТЕ ПАРКОВЕ В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ

Гл. ас. д-р Теодора Ризова
Нов български университет

Анотация: В статията са представени развлекателните паркове като туристически места за отдих и забавление в туристическата индустрия, както и основните видове паркове, които функционират и привличат милиони туристи по света. Еволюцията им в развитието повишава конкурентоспособността на туристическите дестинации, в които функционират те. Идеята на корпорациите за развитие на мрежовите развлекателни паркове налага иновативен мениджмънт в тях и развива с още по-бързи темпове глобалната туристическа индустрия.

Ключови думи: развлекателни паркове, водни паркове, мини паркове, мрежови развлекателни паркове.

AMUSEMENT PARKS IN THE TOURISM INDUSTRY

Assoc. Prof. PhD. Theodora Rizova
New Bulgarian University

Abstract: *The article presents amusement parks as tourist spots for recreation and entertainment in the tourism industry, as well as the main types of parks that function and attract millions of tourists around the world.*

Their evolution in development enhances the competitiveness of the tourist destinations in which they operate. The idea of corporations for the development of networked amusement parks necessitates innovative management in them and develops the tourism industry at an even faster pace.

Key words: *amusement parks, water parks, mini parks, network amusement parks*

Развлекателните паркове са съществена част от туристическата индустрия и най-предпочитаното туристическо място за отдих както от децата, така и от възрастните. Развитието им започва от средата на XX век и днес е достигнало върховната си точка с парковете като Disneyland или Universal studios, където светът на въображението е по-истински от реалният.

Развлекателните паркове, независимо дали са водни, екстремни или мини паркове, повишават конкурентоспособността на всяка туристическа дестинация, но само ако внимателно и правилно са позиционирани, таргетирани и управлявани. В тях хората търсят екстремни преживявания, осигурени им от високо технологични атракции, бягство от реалността сред приказни декори или забавление със семейството сред природата.

Когато една атракция или услуга е подчинена на определена тема, тя винаги привлича вниманието на туристите. Например тематичните кафенета, ресторанти и хотели винаги са били избирани от туристите за рекреация през свободното им време или по време на бизнес пътувания. Това се отнася в същата степен и за развлекателните паркове, които днес са синоним на паркове за забавление, въпреки че не всички от тях реално имат силно изразена тема.

Развлекателните паркове са места за забавление на големи групи хора с колекции от уреди и атракции, подчинени на определена тема. Темата зависи от въображението на инвеститорите и от проучванията на маркетинголозите, защото едни теми се продават по-добре от други. Изборът е широк и може с еднакъв успех да бъде Атлантида, Дивият Запад, Приказен свят или пък Космическа одисея.

Парковете за забавление са възникнали в Европа, еволюирайки от градини за отмора или открити търговски и панаирни площи. Колкото повече хора привличали те, толкова повече забавление за масите били предлагани. Технологичното развитие на парковете атракционни идва от САЩ по време на индустриалната революция, след което се разпространява из цяла Европа.

„Виенското колело“ всъщност преди да стигне до Пратера, било демонстрирано за първи път в САЩ. Първите паркове посветени на определена тема, са предтечите на модерния атракционен парк. „Blackgang chine“ на Британския остров на смелостта, създаден 1843 г., се счита за най-стария тематичен парк в света [1]. Развлекателен парк бил и първият постоянен парк за забавление в Северна Америка: „Sea Lion Park“ на Кони Айленд, Бруклин през 1895 г. Той бил посветен на подводния свят – тема, която по-късно се превръща в една от най-популярните за света [2].

Някои развлекателни паркове са еволюирали от традиционни дейности като KNOTTS Berry Farm [3]. През 20-те години на XX век Уолтър Нот и семейството му имали павилион за ягоди, който с времето се превърнал в крайпътен ресторант. Няколко години по-късно опашките пред ресторанта станали огромни и за да забавляват чакащите хора, Нот построил през 1940 г. „Градът на призраците“ използвайки истински постройки, пренесени от стари градове на Запад, като призрачния град Калико в Калифорния и Прескът, Аризона. През 1968 г. семейство Нот оградило парка, въвело входна такса и „Градът на призраците“, днес претендира, че е първият в Америка тематичен парк. Официално обаче тази чест се пада на Santa Claus Town (преименуван на Holiday World) в Санта Клаус, Индиана, отворил врати през 1943 г. [4]. Всички атракции в него са посветени на Дядо Коледа. През 50-те години на XX век семейство Хершенд превръща изоставеното миньорско градче в тематичен парк Silver Dollar City [5]. Паркът все още е собственост на семейство Хершенд, което притежава още няколко парка като: Dollywood и Wild Adventures.

Disneyland - иновацията на корпорацията

Днес модерните паркове работят различно от предшествениците си, те обикновено са собственост на огромни корпорации, които могат да си позволят огромни инвестиции в сравнение със семейните паркове от миналото.

Със създаването на Disneyland през 50-те години на XX век, паркът за забавление става част от една много по-мощна развлекателна индустрия, която включва телевизионни шоута, филми, костюми на герои, дизайн на атракциите и всичко друго, което изгражда темата. Тя може да бъде една централна тема или пък с няколко тематични центри, като най-големият развлекателен парк в света Wold Disney World Resort Complex във Флорида, отворен за първи път през 1971 г. и обединяващ четири тематични парка под един покрив [6]. Disney използват вече съществуващата идея за развлекателен парк и своите уникални анимационни герои, за да създадат институцията Disneyland.

Първият развлекателен парк на една от водещите в САЩ вериги днес – Six Flags, е отворен през 1961 г. в Тексас и бързо се разраства. В средата на 70-те на XX век Marriot Corporation създава два идентични тематични парка, наречени Great America в Калифорния и Илинойс. Превръщането на парка от атракционен към пълноценен развлекателен парк е направено от Universal Studios Hollywood. Компанията предлага турове из снимачните комплекси в студиата в Калифорния и те се превръщат в огромна атракция – шоутата стават тематични, посветени на филмовите хитове. Днес Universal Studios [7] е третата по големина компания – собственик на развлекателни паркове в света, след Disney с неговите 50 милиона посещения годишно само в парковете му в САЩ, и втората по големина корпорация „Мерлин“.

Водните паркове

Те са една от най-популярните разновидности на развлекателни паркове, развила се през 40-те години на XX век. Аква парковете традиционно се базират до големи морски ваканционни комплекси и дестинации. Водният парк сам по себе си е развлекателен парк, но някои от тях са тематични – например всички атракции са с дизайн на морски чудовища. Въображението на инвеститорите създава и тук, както и в другите паркове за забавления, различни групи атракционни и пързалки (семейни, детски), туристическа анимация, тематични ресторанти и кафета.

Има и аквапаркове, които са повече ориентирани към СПА, като например Schwaben Quellen в Щутграт, който няма никакви пързалки, но вместо това предлага голям набор от сауни, парни

бани, душеве с масажни струи, релаксиращи упражнения във водата и други процедури. Водните паркове са типична атракция за морските туристически дестинации и са разположени най-често на открито. Турция е известна с аквапарковете си. Паркът Adaland [8] в Кушадасъ е един от десетте най-добри аквапаркове в света. Много аквапаркове има и в Испания. Aqualand Costa Adeje на Тенерифе е известен с най-доброто шоу с делфини в Европа. Много аквапаркове има и в Скандинавия. Повечето от тях са изцяло закрити и работят целогодишно.

Мини паркове

Мини парковете представляват изложени на открито миниатюрни постройките и модели от единични сгради до цели градове [9]. Моделите на селища обикновено са с по-големи макети и позволяват разходки из самите тях. В света има стотици подобни паркове – Модуродам, открит официално на 2 юли 1952 г. в Хага, е най-популярният подобен парк в Европа [10]. Този малък град отразява характера на истинските холандски градове, околности, паметници, а също така пресъздава в приказни миниатюри миналото и настоящето на живописната страна на лалетата. В Брюксел – административната столица на Европейския съюз, се намира Mini Europe, парк с репродукции на най-атрактивните забележителности на Европейския съюз [11].



Mini-Europe park (Източник: <https://www.minieurope.com/en/the-park/presentation/>)

Посещаемост на тематичните паркове

Международната Асоциация на тематичните паркове представя 20-те най-посещавани развлекателни паркове в Европа. Пет от тях са във Франция, 4 – във Великобритания, 3 в Германия, 2 в Швеция, 2 в Испания, 2 в Дания, 1 в Италия, 1 в Холандия [12].

Посетителите на тези паркове обикновено са хора, които живеят в близост до тях или туристи, които посещават региона по друг повод (хоби туризъм, по бизнес пътувания).

Тенденции

Консолидацията е една от основните тенденции в Европейските развлекателни паркове през последното десетилетие.

Например компанията Асгор – най-големият хотелски оператор във Франция, притежава контрола върху Parc Asterix. Очакванията на експертите в туризма са, че поради унифицирането и съзряването на европейския пазар на развлекателни паркове, тази тенденция ще продължи в бъдеще.

Секторът на развлекателните паркове в Европа се разраства, което води до нарастване на конкуренцията. В същото време намалява броят на посетителите на тези паркове. Според проучвания пазарът е пренаситен и конкуренцията ще става все по-остра. От една страна, нарастват входните такси, а от друга – намаляват приходите и печалбата. Затова туристическите фирми търсят начини да генерират нови източници на печалба, както и да печелят повече чрез по-интензивно използване на съществуващата база.

През последните години хотелът се превърна в център на вниманието в развлекателните паркове – нещо, без което те не могат успешно да функционират на пазара. Според проучванията развлекателните паркове са по-посещавани, когато успеят да задържат за по-дълго време своите посетители. А това може да стане по един-единствен начин – чрез предоставяне на възможности за нощувка. Най-големият тематичен парк в Европа е парижкият Disneyland с над 10 млн. посетители годишно, следван от Европа Парк, Руст, Германия с 5 млн. и Tivoli Gardens в Дания с 4,5 млн. посетители годишно [12].

Със създаването на хотели туроператорите се надяват да превърнат местата с атракции в дестинации за краткотрайна почивка. Хотелите предлагат не само настаняване, но и други допълнителни

туристически услуги, които могат да бъдат потребявани извън сезона, когато редовните посетители на парковете търсят други забавления. Това дава нови възможности – използването им за събитийен туризъм, както и осигурява на туристите други забавления.

Целта е не само да се привличат нови посетители, но и да се накарат досегашните да прекарват повече време в тях – намерение, което естествено води до съчетаване на местата за забавление с места за хранене и настаняване. За парковете, които нямат собствени хотели, е характерно сключването на договори с хотели в района на парка.

Повече посетители

За да постигнат успех на вече разработения туристически пазар, европейските развлекателни паркове трябва да привличат повече посетители, да увеличат приходите от един посетител и печалбата, както и да контролират разходите си. Според проучването на Международната асоциация на тематичните паркове американският пазар е значително по-зрял от европейския и съответно конкуренцията там е много по-висока.

В Европа като най-голяма се очертава конкуренцията във Великобритания. В същото време Южна и Източна Европа дават най-големи възможности за развитие на нови развлекателни паркове.

Преодоляване на сезонността

Туристите имат възможност през различните сезони да посещават тематичните паркове и да бъдат чести гости в хотелите в близост до тях.

Предлагане на разнообразни услуги и участие в интересни за туриста дейности

Посетителите на парковете търсят по-разнообразни и по-забавни атракции. В отговор на потребностите на туристите, парковете създават тематични хотели към парковете и местата за настаняване също имат тематичен характер. Например в „Европа парк“ функционира Еигора-Park с 347 стаи, чиято основна тема е Римската империя. В хотела има възможност да се наблюдава гладиаторско шоу на живо. Хотел Efteling предоставя обзавеждане пос-

ветено на мистичен свят и могат да се видят герои от приказките. PhantasiaLand хотел е разположен в китайски квартал и позволява на посетителите да гостуват в традиционна китайска къща.

Удовлетворението на гостите

Ефектът от това, че развлекателните паркове дават възможност за настаняване на гостите им в прилежащ хотелски комплекс в парка или в близост до него, надхвърля очакванията на туристите и води до значително повишаване на удовлетвореността им от престоя в парка.

Някои от парковете предоставят на гостите на хотелите специални намаления, други дори неограничен достъп до атракционите. В Alton Towers например гостите могат да ги използват час преди паркът да бъде официално отворен за останалите посетители.

Заклучение

Глобалното информационно пространство, в което живеем, инфраструктурата и непрекъснатото подобряване на видовете транспорт, добрите комуникации, многократно ускоряват развитието на развлекателните паркове в света.

Иновативните и инвестиционни дейности на парковите комплекси влияят върху развитието на важни сектори на икономиката и като цяло на икономическата активност на регионите.

Мрежовите тематични паркове имат предимства пред самостоятелно функциониращите такива. Техният брой непрекъснато расте както в САЩ, така и в Европа, а това от своя страна води до динамично развитие на глобалната туристическа индустрия.

ЛИТЕРАТУРА

1. O'CONNOR, Joanne. Take the kids to ... Blackgang Chine, Isle of Wight. *The Guardian* [online]. 2018 [viewed 14.08.2019]. ISSN 0261-3077. Available from: <https://www.theguardian.com/travel/2018/apr/09/blackgang-chine-theme-park-isle-of-wight-review>

2. *Coney Island History: The Story of Captain Paul Boyton and Sea Lion Park*. Luna Park heart of Coney Island [online]. [viewed 14.08.2019]. Available from: <https://www.heartofconeyisland.com/sea-lion-park-coney-island.html>

3. ADAMS, Judith A. *The American Amusement Park Industry: A History of Technology and Thrills (Twayne's Evolution of Modern Business Series)*. Boston: Twayne Publishers. 1991, pp. 125-127. ISBN 978-0-8057-9821-0.

4. Departments. *The Town of Santa Claus, Indiana* [online]. [viewed 14.08.2019]. Available from: <http://townofsantaclaus.com/santawordpress/departments/>

5. *Silver Dollar City Attractions* [online]. [viewed 14.08.2019]. Available from: <https://www.silverdollarcity.com/theme-park>

6. Guide to Walt Disney World Theme Park in Florida. *Visit Florida* [online]. [viewed 14.08.2019]. Available from: <https://www.visitflorida.com/en-us/things-to-do/attractions/walt-disney-world-resort-overview.html>

7. *Universal Studio shollywood* [online]. [viewed 14.08.2019]. Available from: <https://www.universalstudioshollywood.com/>

8. *Adaland Aquapark* [online]. [viewed 14.08.2019]. Available from: <http://www.adaland.com/>

9. 10 невероятни мини-градове по света. *Economic.bg*. [онлайн]. 01.10.2016 [прегледан 15 август 2019]. Достъпен на: <https://www.economic.bg/bg/news/7/neveroyatni-mini-gradove-po-sveta.html>

10. ТЕРЗИЕВА, Нели. Мадуродам - миниатюрният голям град на Нидерландия. Първите седем [онлайн]. 11.05.2015 [прегледан 15 август 2019]. Достъпен на:

11. <http://purvite7.bg/madurodam-miniaturniyat-golyam-grad-na-niderlandiya-2/>

12. Map of the European Union. *Mini - Europe* [online]. [viewed 15.08.2019]. Available from: <https://www.minieurope.com/wp-content/uploads/2015/11/Mini-Europe-UK.p>

13. Топ увеселителни тематични паркове в Европа. Avas.bg [онлайн]. 2015 [прегледан 15 август 2019]. Достъпен на: <https://www.avas.bg/page-s-1.php?id=1223&p=1&psi=6>

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Гл. ас. д-р Теодора Ризова е щатен преподавател на Департамент „Администрация и управление“, направление Туризм на НБУ. Носител на „Златен приз“ за 2013 г. за висок професионализъм при обучаване на кадрите в туризма на България. Член на Международната организация по стандартизация – сектор „Туристически дейности“ (Представител на България в работна група 15 „Хотели и ресторанти“). Води аудиторни курсове по „СПА туризъм и балнеология“, „Функциониране и развитие на туристически комплекси“, „Европейски регулации и стандарти в туризма“, „Индустрия на гостоприемството“ и др. Научните ѝ интереси са в областта на мениджмънта на хотелиерството, регулация и стандартизация на туристическите дейности.

ПОЛИТИКИ И ПРОГРАМИ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

Доц. д-р Юлияна Гълъбинова
Нов български университет

Анотация: Политиките на Европейския съюз за малките и средни предприятия имат за цел да гарантират, че програмите и дейностите на Общността са в подкрепа на малкия бизнес и допринасят за превръщането на Европа в по-привлекателно място за учредяване на фирми. Основен приоритет на европейските институции в последните години е да се подобри бизнес средата, да се насърчи създаването на климат на предприемачество и откриване на работни места и да се осигури на малките и средни предприятия (МСП) по-лесен достъп до финансиране и до пазари. В контекста на ключовата роля, която имат МСП за икономическото и социалното развитие на съвременна Европа, студията има за цел извършването на проучване на политиките и програмите за малкия и среден бизнес в Общността. Изследването може да допринесе за успешното реализиране на тези политики и програми в България и за оказване на подкрепа на желаещите да стартират собствен бизнес.

Ключови думи: Европейския съюз, малки и средни предприятия, Законодателен акт за малкия бизнес в Европа, приобщаващо предприемачество.

POLICIES AND PROGRAMS TO PROMOTE SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE EUROPEAN UNION

*Assoc. Prof. Yuliyana Galabinova, Ph.D.
New Bulgarian University*

Abstract: *European Union policies for small and medium-sized enterprises aim to ensure that Community programmes and activities support small businesses and contribute to making Europe a more attractive place to start businesses. A major priority of the European institutions in recent years has been to improve the business environment, promote an entrepreneurial and job creation climate, and provide easier access to finance and markets for small and medium-sized enterprises (SMEs). In the context of the key role SMEs play in the economic and social development of contemporary Europe, this paper aims to carry out a study of policies and programmes for small and medium-sized enterprises in the Community. The research can contribute to the successful implementation of these policies and programmes in Bulgaria and to support those wishing to start their own businesses.*

Key words: *European Union, Small and Medium-sized Enterprises, Small Business Act for Europe, Inclusive Entrepreneurship*

Ролята на малките и средни предприятия (МСП) и на предприемачеството за развитието на обществото в съвременен контекст следва да се търси в тяхната икономическа и социална значимост. Предприемачеството преди всичко се свързва с формирането на нови предприятия, а оттам и с осигуряването на заетост и нови работни места. Независимо дали това се изразява в основаване на семейна фирма или малко и средно предприятие, изявата на предприемаческата инициатива ангажира една значителна част от населението в работещи структури. Особено значение има предприемачеството в районите с високи нива на безработица, тъй като стимулирането му в тях може да доведе до намаляване на социалното напрежение и да гарантира бъдещи доходи на населението. Тук е важно да се отбележи, че приоритетни сфери за реализация на инициативността в малките и средни предприятия са търговията и услугите поради необходимостта от по-малък първоначален капитал, по-бърза възвращаемост на инвестициите, по-нисък риск.

Съгласно Маринов и др. [3] три са основните тенденции в развитието на предприемачеството, произтичащи от глобалната конкуренция:

- за да съществува и да се развива предприемаческата дейност, „в центъра на вниманието“ следва да се постави доволният клиент, този, който е обслужен по-добре, по-качествено и по-бързо;
- водеща роля имат информационните технологии – те са в основата на промяната, движеща развитието напред;
- за оцеляването и просперитета на предприемачеството от ключово значение е константното реорганизиране на предприятието.

Освен тях, автори като Зимерер [15] отчитат като тенденция все по-ясно идентифициране на групи индивиди, които са лидери в бума на предприемачеството. Като такива тенденции той разглежда увеличаване значението на женското предприемачество и предприемачеството сред малцинствените групи, емигрантското предприемачество, надомния бизнес, семейното и съ-предприемачеството.

В държавите, организирали стопанството си върху пазарните принципи (свобода на стопанската инициатива, свобода на договарянето, свобода на влизането на пазара, неприкосновеност на собствеността и др.), малкият бизнес заема значителен дял във вътрешния продукт и осигурява съществен дял в осигуряването на икономическия растеж.

Така например в страните от Европейския съюз около 65% от икономическия растеж е резултат от дейността на малките и средните предприятия. В САЩ над 90% от националния бизнес, включващ около 14 млн. фирми, се осъществява от предприятията с персонал до 100 души [1].

Всяка държава осигурява финансови, организационни и правни предпоставки за подпомагане на малкия бизнес. Държавата създава чрез преки (държавни поръчки, гаранции и кредити) и косвени средства (данъчни облекчения, обучение, информация) необходимата среда за развитието на малкия бизнес. По този начин тя реализира своето конституционно предназначение, а именно подпомагането и възпроизвеждането на това, което я е създало – частната собственост. Така се създава практическата възможност за формирането на общество от свободни, т.е. независими от държавата хора, които са основата на всяко гражданско общество и са гаранция за самото демократично развитие на обществото [1].

От макроикономическа гледна точка секторът малки и средни фирми е безусловно числено преобладаващ във всички съвременни пазарни икономики. Малките фирми са гръбнакът на пазарната икономика, тъй като те стимулират конкуренцията, обогатяват асортимента стоки и услуги, създават работни места. От гледна точка на икономиката на фирмата, малкият бизнес притежава положителни специфики и своеобразиия, най-важните от които са:

- малките и средни предприятия показват висока степен на пазарна гъвкавост, нагаждат се към изискванията на пазара и са иновативни,

- малките и средни предприятия проявяват голяма организационна и кадрова мобилност, като бързо реагират при изменение в околната стопанска среда,

- както самият предприемач, така и неговите сътрудници проявяват заинтересованост от успеха на фирмата и имат по-силна трудова мотивация,

- малките фирми обикновено са пазарни лидери при специализираната и дребносерийна продукция,

- малките фирми са устойчиви при спад в конюнктурата,

- в малкия бизнес се разкриват работни места, т.е. те са предпоставка за решаване на проблема с безработицата,

- в някои сектори на икономиката (например търговия и услуги) малкият бизнес доминира,

- малкият бизнес е източник на доходи и създател на т.нар. „средна класа“ в обществото,

- малките фирми съдействат за регионалното развитие и за развитието на икономиката като цяло,

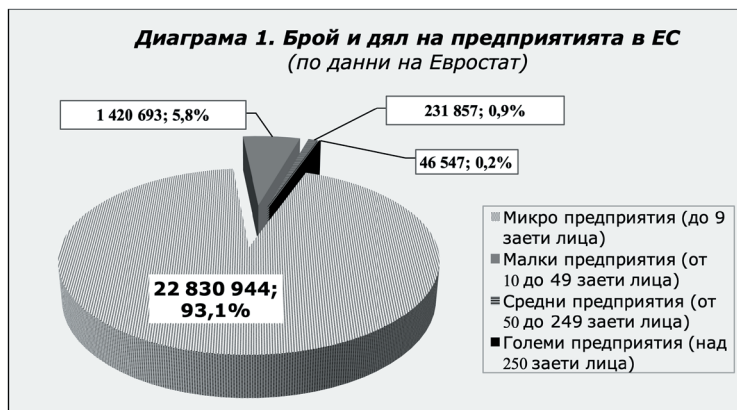
- малките и средни фирми спомагат за повишаване конкуренцията на пазара.

За страните от Централна и Източна Европа насърчаването на предприемачеството дава множество положителни ефекти. Посредством развитието на дребното предприемачество, освен че се решават проблеми на заетостта, регионалното развитие, трансфера на иновации и нови технологични решения, се спомага и за осъществяването на по-плавен преход от държавно управлявана към частна собственост, допринася се за формирането на средна класа и не на последно място – полагат се основите на предприемаческата култура [2].

Предприемачеството и малкия бизнес в Европейския съюз Микро, малките и средните предприятия са основният двигател на европейската икономика.

През 2017 г. приблизително 24,5 милиона МСП са генерирани 4,2 трилиона евро в добавена стойност и са осигурили заетост на 94,8 милиона души, представлявайки изключително ва-

жен източник на предприемачески дух и иновативност, които имат решаващо значение за конкурентоспособността на европейските фирми. През последните пет години МСП осигуряват две трети от общата заетост в частния сектор в ЕС [11], поради което европейските институции определят малките и средни фирми и предприемачеството като ключови за осигуряването на икономическия растеж в Общността.



Микропредприятията, малките и средните предприятия съставляват 99,8% от дружествата в Европейския съюз, като броят им през 2017 г. достига почти 24,5 милиона (Диаграма 1). Микропредприятията са над 22,8 милиона на брой (93,1% от всички предприятия), фирмите с между 10 и 49 заети лица са малко над 1,42 млн., а средните предприятия – приблизително 232 хиляди. Делът на големите предприятия (с над 250 заети лица) е незначителен – едва 0,2%. МСП осигуряват 67% от заетостта в Общността, създават 85% от новите работни места и допринасят за повече от половината от общата добавена стойност, генерирана от предприятията в ЕС. МСП са гръбнакът на пазарната икономика в Съюза, тъй като те стимулират конкуренцията, обогатяват асортимента на стоки и услуги, създават работни места, източник са на иновации и повишават конкурентоспособността на ЕС.

Поради изключително голямото значение, което има малкият и среден бизнес за социално-икономическото развитие на ЕС, политиките на европейските институции спрямо МСП имат

за цел да гарантират, че дейностите на Съюза са в подкрепа на по-малките по брой на заетите лица предприятия и допринасят за превръщането на Европа в по-привлекателно място за създаване и за развиване на бизнес.

Малките и средни предприятия функционират предимно на национално равнище, тъй като относително малко на брой осъществяват трансгранична стопанска дейност в рамките на Европейския съюз. От друга страна, независимо от обхвата на дейността им, МСП са засегнати от законодателството на ЕС в различни сфери, например данъчно облагане (членове 110 до 113 от Договора за функционирането на Европейския съюз (ДФЕС)), конкуренция (членове 101 до 109 от ДФЕС) и дружествено право (право на установяване – членове 49 до 54 от ДФЕС).

В Европейската харта за малките предприятия, приета от Съвета на министрите на ЕС през юни 2000 г., е подчертано, че малките предприятия са двигателят на икономиката на Европа и ключът към нейната конкурентоспособност. Хартата определя политиката на Европейския съюз към сектора на малките предприятия. Според документа: „...новите закони и подзаконови нормативни актове на национално ниво и на ниво Европейска общност трябва да бъдат преглеждани с оглед оценка на тяхното въздействие върху малките предприятия и предприемачите. Навсякъде, където това е възможно, националните норми и нормите на ЕС трябва да бъдат опростявани. Правителствата трябва да приемат административни документи, които са удобни и лесни за използване от бизнеса. Държавните органи трябва да бъдат стимулирани да увеличат обема комуникация по електронен път със сектора на малкия бизнес. По този начин фирмите ще бъдат в състояние по-бързо и по-евтино да получат съвет, да подават формуляри, да плащат данъци или да получават опростена информация по интернет [8].

В условията на единен пазар без вътрешни граници е особено важно мерките в полза на малките и средни предприятия да се основат на една обща дефиниция, за да се подобри тяхната съгласуваност и ефективност и да се ограничат нарушенията на конкуренцията. Това е още по-необходимо, като се има предвид широкото взаимодействие между националните и европейските мерки в подкрепа на МСП в области като регионалното развитие и финансирането на изследователска дейност. На 6 май 2003

г. Европейската комисия приема Препоръка 2003/361/ЕО, в която е публикувано определението за МСП, важащо за всички политики, програми и мерки, които Комисията прилага спрямо тях. Съгласно чл. 2 от препоръката [4]:

- микропредприятие е предприятие с по-малко от 10 служители и с годишен оборот или годишен баланс не по-голям от 2 милиона евро;

- малко предприятие е предприятие с по-малко от 50 служители и с годишен оборот или баланс не по-голям от 10 милиона евро;

- средно предприятие е предприятие с по-малко от 250 служители и с годишен оборот не по-голям от 50 милиона евро, или годишен баланс не по-голям от 43 милиона евро.

Най-изчерпателната и широкообхватна инициатива за МСП към днешна дата е предприета от Комисията през юни 2008 г. със Законодателния акт за малкия бизнес в Европа (**Small Business Act, SBA**). Актът цели създаването на нова политическа рамка, която да интегрира съществуващите инструменти и да се основава на два европейски документа: „Европейската харта за малките предприятия“ [8] и на „Модерната политика по отношение на МСП за растеж и заетост“ [6]. Законодателният акт има за цел да подобри цялостния подход към предприемачеството в ЕС. В него е подчертано, че постигането на по-голяма отзивчивост от страна на публичната администрация по отношение нуждите на МСП оказва сериозен принос за растежа им. Съкращаването на процедурите, намаляването на бюрокрацията, подобряването на достъпа до финансиране на МСП са основни приоритети за Европейската комисия в законодателния акт [5]. Документът представя изчерпателно визията на ЕС за микро, малките и средните предприятия. В неговата основа е принципът „Мисли първо за малките“ – МСП заемат централно място при разработването на политики, а това означава гласът на МСП да бъде чул преди приемането на нови закони и извършването на прегледи на въздействието, което законодателните актове оказват върху микро, малките и средните предприятия.

Символичното наименование „акт“, дадено на инициативата, подчертава политическата воля да се признае централната роля на МСП в икономиката на Общността и за първи път да се създаде всеобхватна политическа рамка за ЕС и неговите държави – член-

ки посредством система от десет ръководни принципа за планирането и прилагането на политиките както на равнището на ЕС, така и на национално ниво. Тези принципи са от съществено значение за придаването на добавена стойност, за създаването на еднакви условия за дейност на МСП и за подобряването на правната и административната среда в целия ЕС. Те са, както следва [5]:

- да се осигури среда, в която предприемачи и семейни предприятия могат да преуспяват и предприемчивостта се възнаграждава,

- да се гарантира, че честните предприемачи, които са били обявени в несъстоятелност, ще получат бързо втори шанс,

- да се изготвят разпоредби в съответствие с принципа „Мисли първо за малките“,

- да се създаде готовност от страна на държавните администрации да откликват на нуждите на МСП,

- да се приспособят механизмите за провеждане на публичната политика към нуждите на МСП: да се улесни участието на МСП в процедури по възлагане на обществени поръчки и да се използват по-добре възможностите за държавна помощ по отношение на МСП,

- да се улесни достъпът на МСП до финансиране и да се развие правна и икономическа среда, която спомага навременните плащания по търговските сделки,

- да се помага на МСП да се възползват в по-голяма степен от възможностите, които предлага единният пазар,

- да се насърчава усъвършенстването на уменията в МСП, както и всички форми на иновация,

- да се създаде възможност МСП да превърнат предизвикателствата на обкръжаващата ги среда във възможности,

- да се насърчават и подпомагат МСП да се възползват от растежа на пазарите.

В Законодателния акт за малкия бизнес от 2008 г. е подчертана необходимостта ЕС да предприеме значителни по-нататъшни мерки, за да реализира пълния потенциал на МСП. Малките и средни предприятия в Европейския съюз имат по-ниска производителност и по-бавен растеж в сравнение с тези в Съединените американски щати. В САЩ предприятията увеличават заетостта с 60% до седмата година от съществуването си, докато увеличението на заетостта в европейските предприятия е от

порядъка на 10-20%. МСП в ЕС все още се сблъскват с пазарни неуспехи, отразяващи се неблагоприятно на условията, при които извършват дейност и се конкурират с други участници в области като финансирането (по-специално рисковия капитал), изследователската и иновационната дейност и околната среда. Около 21% от малките и средни предприятия в Общността посочват, че достъпът до финансиране представлява проблем, а в много от държавите – членки този дял е много по-висок по отношение на микропредприятията. Малко са европейските МСП, които извършват успешно иновационна дейност. Положението е влошено поради структурни затруднения като например липсата на управленски и технически умения и продължаващата липса на гъвкавост на пазарите на труда на национално равнище [5].

В „Small Business Act“ Европейският съюз и държавите – членки са призовани да подкрепят малкия и среден бизнес и да го насърчат да се възползва от растежа на пазарите извън Общността. В глобализирания свят МСП все повече трябва да могат да се конкурират с предприятия от развитите страни и от страните с бързо развиващи се икономики. Освен това съществува връзка между интернационализацията и растежа на микро, малките и средните предприятия. Стратегията на Европейската комисия *„Малък бизнес, голям свят – ново партньорство за подпомагане на МСП да се възползват от глобални възможности“* („Small Business, Big World a new partnership to help SMEs seize global opportunities“) от ноември 2011 г. има за цел да се придаде нова динамика на европейската икономика, като се подпомагат МСП да разширяват своята стопанска дейност извън Европейския съюз. Подпомагането на европейските МСП да преодолеят пречките пред интернационализацията и насърчаването на тяхната интеграция в глобалната икономика представлява част и от Стратегията за интелигентен и устойчив растеж, описана в *„Европа 2020“*.

Посочените по-горе документи са доказателство за изключително големия ангажимент, който имат през последните десетилетия европейските институции за насърчаване развитието на предприемачеството и просперитета на малкия и среден бизнес в ЕС.

Важно е обаче да се подчертае, че разпространението и естеството на предприемачеството в държавите – членки на ЕС, значително се различават. Съдействието за разрастването на но-

вите и малките предприятия в едни страни не постига толкова успешни резултати, колкото в други. Мерките за подкрепа на МСП са разнообразни, тъй като законодателството и стратегическите документи, касаещи малкия и среден бизнес в държавите – членки на ЕС, се различават и тъй като средата, в която МСП извършват дейността си на национално и местно равнище, е твърде различна, както е различно и естеството на самите МСП. Ето защо освен общоевропейските политики, договори, принципи, приоритети, стратегии, програми, планове, декларации, харти, актове и др., изключително значими са и националните политики за подкрепа на предприемачеството и на малките и средни предприятия в отделните държави – членки на Европейския съюз.

Програми за финансиране на МСП в ЕС

Финансовите пазари често не успяват да осигурят на малките и средни предприятия финансирането, от което те се нуждаят. Последните години бележат известен напредък при подобряване наличието на финансиране и кредити за МСП чрез предоставянето на заеми, гаранции и рисков капитал. Европейските финансови институции – Европейската инвестиционна банка и Европейският инвестиционен фонд, са увеличили дейността си по отношение на МСП.

През ноември 2011 г. Европейската комисия (ЕК) публикува „План за действие за улесняване достъпа на МСП до финансиране“ [10]. Наред с другото планът включва политически инициативи, които да улеснят достъпа до пазарите на рисков капитал за МСП. ЕК следи развитието в областта на достъпа на МСП до финансиране чрез съвместно проучване на Комисията и Европейската централна банка относно достъпа до финансиране за предприятия – *Survey on the Access to Finance of Enterprises, SAFE* [12].

Приети са различни програми за действие с цел подкрепа на МСП, сред които е Програмата за конкурентоспособност на предприятията и малките и средните предприятия (COSME) и „Хоризонт 2020“. Тяхната цел е да се повиши конкурентоспособността на малките и средни предприятия чрез научни изследвания и иновации и да се осигури по-добър достъп до финансиране за МСП.

Примерите за мрежи, насочени към МСП, на първо място включват общите услуги за подпомагане на МСП в ЕС, напри-

мер „Европейска мрежа на предприятията“ („Enterprise Europe Network“, <https://een.ec.europa.eu/>), „Мрежа за решаване на проблеми в рамките на вътрешния пазар“ („SOLVIT“, <http://ec.europa.eu/solvit/>), „Вашата Европа - Бизнес“ („Your Europe Business“, <https://ec.europa.eu/easme/en/your-europe-business>). На второ място подкрепата за иновации и научни изследвания включва „Център за съдействие по всички въпроси от областта на правата върху интелектуалната собственост“ („IPR Help Desk“, <https://www.iprhelpdesk.eu/>), електронен портал „Techweb“, предназначен за МСП, „Мрежа от Европейски бизнес и иновационни центрове (БИЦ) – МЕБИЦ“ („European Business and Innovation Centres (BIC) Network (EBN)“, <https://ebn.eu/>), „Европейската мрежа за иновации на работното място“ и „Портал към растеж“ („Gate2Growth“). Създаден е и единен интернет портал за „Достъп до финансиране“ (portal on Access to Finance, https://ec.europa.eu/growth/access-to-finance_en), който помага на МСП при намирането на средства за инвестиции.

Програма за конкурентоспособност на малките и средни предприятия (**COSME**)

През декември 2013 г. е приет Регламент (ЕС) № 1287/2013 на Европейския парламент за създаване на *Програма за конкурентоспособност на малките и средните предприятия (COSME)*, която действа в периода 2014-2020 г. Европейската комисия е отговорна за изпълнението на програмата, като частично са делегирани дейности на Европейската изпълнителна агенция за малки и средни предприятия (EASME), а за финансовите инструменти ангажимент има Европейският инвестиционен фонд.

С бюджет от 2,3 млрд. евро за 2014-20 г. програмата COSME има следните цели [7]:

- подобряване на достъпа до финансиране за МСП под формата на капиталови и дългови инструменти – механизъм за собствен капитал, предназначен за инвестиции на етапа на растеж и механизъм за гарантиране на заеми, който предоставя на МСП преки или други условия за споделяне на риска с финансови посредници с цел покриване на заеми;

- подобряване на достъпа до пазарите както в рамките на Съюза, така и в световен план – чрез Европейската мрежа на предприятията („Enterprise Europe Network“) се предоставят услуги в

подкрепа на бизнеса, ориентиран към растеж, с цел улесняване на разрастването му в рамките на единния пазар и извън ЕС;

- насърчаване на предприемачеството – дейностите включват развитието на предприемачески умения и нагласи, особено сред начинаещите предприемачи, младите хора и жените.

Очакванията на Европейската комисия са до 2020 г. програмата COSME годишно да подпомага 39 000 МСП да създадат или да запазят 29 500 работни места и да стартират 900 нови бизнес продукта, услуги или процеси.

МСП и научноизследователска дейност

Научните изследвания и иновациите са от съществено значение за устойчивия успех и растеж на малките и средни предприятия в Европейския съюз. Програмата „Хоризонт 2020“ има за цел създаването на по-добра и по-цялостна среда за подкрепа на научноизследователската дейност и иновациите за МСП.

„Хоризонт 2020“ е най-голямата в историята на ЕС рамкова програма за научни изследвания и иновации, като 7-годишният ѝ бюджет (2014-2020 г.) е на стойност почти 80 млрд. евро. На малките и средните предприятия – основен източник на работни места и иновации, е обърнато специално внимание в „Хоризонт 2020“ [13]. Те могат да си сътрудничат по проекти като част от обединение и да получават подкрепа чрез специализиран инструмент за МСП, проектиран специално за малки фирми. Този инструмент е насочен към високоинновативни МСП, които имат амбиции да развият своя потенциал за растеж. Той предлага еднократни суми за проучвания за приложимост, субсидии за основната фаза на даден проект за иновации (демонстрация, създаване на прототип, изпитване, разработване на приложение...). На последно място етапът на комерсиализиране се подпомага индиректно чрез улеснен достъп до дългови и капиталови финансови инструменти. Освен това е налично финансиране за бизнес обучение и насоки за идентифициране и привличане на частни инвеститори.

МСП и европейските фондове

През настоящия програмен период 2014-2020 г. Европейските структурни и инвестиционни фондове предоставят на държавите-членки на ЕС повече от 450 млрд. евро за финансиране

на инвестиции с цел повишаване на заетостта и растежа. Подобряването на конкурентоспособността на малките и средни предприятия е една от единадесетте тематични цели на политиката на сближаване¹ за 2014-20 г. В МСП се правят допълнителни инвестиции и по други тематични цели, по-специално научни изследвания и иновации, нисковъглеродна икономика, информационни и комуникационни технологии. Инвестициите от Европейските структурни и инвестиционни фондове помагат на МСП:

- да получат достъп до финансиране за инвестиции под формата на безвъзмездни средства, заеми, гаранции по заеми, рисков капитал и т.н.;

- да се възползват от целева бизнес подкрепа, напр. ноу-хау и консултации, информация и възможности за работа в мрежа, трансгранични партньорства;

- да подобрят достъпа си до световните пазари и международните вериги за създаване на добавена стойност;

- да се възползват от нови източници на растеж, като например зелената икономика, устойчивия туризъм, здравеопазването и социалните услуги, културната и творческата дейности;

- да инвестират в човешки капитал и в организации, които предоставят професионално образование и обучение с практическа насоченост;

- да изградят ценни връзки с научноизследователски центрове и университети с цел да се насърчат иновациите.

По-големите инвестиции в малки и средни предприятия през периода 2014-2020 г. съдействат за продължаване на постиженията на политиката на сближаване на ЕС от периода на финансиране 2007-2013 г., когато е предоставена подкрепа на повече от 95 000 новорегистрирани фирми и са създадени над 300 000 нови работни места в МСП.

Приобщаващо предприемачество

В допълнение към посочените по-горе нормативни документи, програми и инициативи е важно да бъде упоменат и приетия през 2012 г. План за действие „Предприемачество 2020 г. Възраж-

¹ Известна още като Кохезионна политика, на англ. ез. Cohesion policy.

дане на предприемаческия дух в Европа“. В плана е подчертано, че „от 2008 г. насам Европа преживява последиците от най-тежката икономическа криза през последните 50 години – за първи път броят на безработните в Европа надхвърля 25 милиона души, а малките и средните предприятия в повечето държави членки все още не успяват да възвърнат позициите си от преди кризата“. Още преди икономическата и финансова криза европейската икономика се сблъсква със структурни предизвикателства, затрудняващи конкурентоспособността и растежа ѝ, както и с пречки пред развитието на предприемачеството. Много от тях все още не са преодолени, но кризата се оказва и катализатор за дълбоки промени и реструктуриране. За да се възобнови икономическият растеж и да се осигурят по-високи равнища на заетост, Европа има нужда от повече предприемачи [9]. В плана за действие „Предприемачество 2020 г. Възраждане на предприемаческия дух в Европа“ се представят нов подход и поредица от действия, които да бъдат предприети на равнището на ЕС и в държавите – членки за подкрепа на предприемачеството в Европа. В документа са застъпени три основни области: развитие на образованието и обучението по предприемачество, създаване на подходяща среда за развитие на бизнеса, както и популяризиране на успешни примери и по-целенасочена работа с определени групи от населението с оглед приобщаването им към предприемачеството.

Политиките за приобщаващо предприемачество на Европейския съюз имат за цел да предложат на всички хора еднаква възможност да създадат устойчив бизнес независимо от тяхната социална група. Това е важно изискване за постигане на целта за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж, заложен в Стратегия „Европа 2020“. Това е и средство за реагиране на нови икономически предизвикателства, включително финансови кризи, и за създаване на работни места. Целеви групи на политиките и програмите за приобщаващо предприемачество са жените, младежите, възрастните хора, безработните, хората от етническите малцинства, мигрантите и хората с увреждания, които продължават да се сблъскват с предизвикателства на пазара на труда и са слабо представени в сферата на предприемачеството. Важно е да се анализира как публичните политики и програми могат да подпомогнат приобщаващото предприемачество. Това включва усъвър-

шенстване на регулаторните механизми и социалните програми, улесняване на достъпа до финансиране, изграждане на предприемачески умения чрез обучения, наставничество и менторство, укрепване на предприемаческата култура и създаването на мрежи за целевите групи, координирано и целенасочено разработване на стратегии и мерки за приобщаващо предприемачество. Правителствата на държавите – членки на Европейския съюз, все повече признават предизвикателствата на приобщаващото предприемачество, но все още има много какво да се направи, за да се разпространяват добрите практики.

През 2017 г. е публикуван съвместен доклад на Европейската комисия и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие, наименован *„Липсващите предприемачи 2017. Политики за приобщаващо предприемачество“*. Докладът разглежда политиките за „приобщаващо предприемачество“, които допринасят за социалното включване чрез предоставяне на възможности за самостоятелна заетост и създаване на бизнес от хора в неравностойно положение и от недостатъчно добре представени на пазара на труда групи. Някои от основните констатации на двете организации за малкия и среден бизнес в ЕС са [14]:

- През последното десетилетие жените са били по-малко активни в сферата на самонаемането. През 2016 г. в Европейския съюз са регистрирани 9,6 милиона самостоятелно заети жени, което представлява едва 9,9% от всички работещи жени. В това отношение самостоятелно заетите жени са много под процента на самостоятелно заетите мъже, чийто дял през 2016 г. възлиза на 17,5%;

- Младите хора проявяват голям интерес към самостоятелната заетост, но само 4,1% от работещите младежи (на възраст между 15 и 24 г.) в Европейския съюз са били самостоятелно заети през 2016 г.;

- 3,2% от безработните (634 800 души) през 2015 г. са се пренасочили към самостоятелна заетост през 2016 г. Този процент е по-нисък от дела на безработните, които са преминали към самостоятелна заетост в началото на икономическата криза през 2007 г. (3,9%).

Основните предизвикателства и пречки, пред които са изправени посочените по-горе групи, са: труден достъп до финанси; необходимост от придобиване на предприемачески умения;

страх от провал и малък брой предприемачески мрежи.

Разработката на ЕК и ОИСП разглежда ролята на приобщаващата предприемаческа политика за справяне със съкращения, които са резултат от мащабни корпоративни реструктурирания. Позовавайки се на данни от Eurofound², докладът отбелязва, че през 2016 г. в Европейския съюз са регистрирани 88 случая на мащабно реструктуриране, което е довело до загуба на повече от 1000 работни места във всеки един от тези случаи. Последните примери за мащабно реструктуриране показват, че 2-5% от освободените работници обикновено се връщат на работа, като стартират собствен бизнес. В доклада са представени четири основни фактора за подпомагане на освободените работници, влияещи последните успешно да създадат свой собствен бизнес: ефективни партньорства между всички участващи в предоставянето на мерки за подкрепа (правителството, публичните служби по заетостта, компаниите за реструктуриране, профсъюзите); навременна политическа намеса; участие на местната власт; добре организирани дейности, които съответстват на потребностите на съкратените работници и включват обучение по предприемачество, менторство, улесняване достъпа до финансиране.

В доклада на Европейската комисия и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие са представени много добри примери за приобщаващи политики и програми за предприемачество, които са въведени в последните години в някои от държавите – членки на ЕС. Примерите включват инициативата за безработни младежи в Италия – SELFIE, която осигурява обучение и коучинг по разработване на бизнес план, последвано от кредитиране и наставничество. Подкрепата за женското предприемачество в Италия нараства значително от 2003 г. чрез учредяването на Комитети за насърчване на

² European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (Eurofound) – Европейската фондация за подобряване на условията на живот и труд е агенция на Европейския съюз. Създадена е през май 1975 г. от Европейския съвет, седалището ѝ е в окръг Дъблин, Ирландия. Целта на Eurofound е да извършва проучвания, да набира статистически данни за анализи, да идентифицира факторите, водещи до положителна промяна и да допринася за създаването на по-добри условия на живот и труд чрез средносрочни и дългосрочни проекти и програми.

предприемачеството сред жените (Comitati per la promozione dell'imprenditorialità femminile, Committees for the promotion of female entrepreneurship). Тези комитети, създадени от Министерството на икономическото развитие и Съюза на търговските камари, включват представители на широк кръг социални партньори. Комитетите имат за задача да проучват предизвикателствата, пред които са изправени жените предприемачи, и да предлагат решения като например организиране на обучения, работа в мрежа и помощ при процедурите за стартиране на бизнес. Във всяка търговска камара в Италия има Комитет за насърчаване на предприемачеството сред жените и по този начин е изградена обширна национална мрежа. Тази структура е допълнена с национални и регионални проекти, които се съфинансират от Европейските структурни и инвестиционни фондове.

През 2015 г. в Германия стартира проект „Създаване на бизнес за жени мигранти“ (Migrantinnen gründen - Existenzgründung von Migrantinnen). Той е финансиран от Министерство на семейните въпроси, възрастните граждани, жените и младежта и подпомага жени от всички етнически групи с наставничество, изразяващо се в индивидуални бизнес консултации, работни срещи и дейности в мрежа.

Други добри примери в доклада „Липсващите предприемачи 2017. Политики за приобщаващо предприемачество“ са от Чехия. Инициативите на чешкото правителство от последните години, които са насочени към малките и средните предприятия, осигуряват подкрепа на жени, младежи, възрастни, мигранти, рومي, хора в неравностойно положение при създаването на бизнес и в сферата на самостоятелната заетост, т.е. подпомагат се активно целевите групи на приобщаващото предприемачество. Разработени са редица по-конкретни стратегии и планове за действие: „Правителствената стратегия за равенство между мъжете и жените в Чешката република за 2014-2020 г.“, „Национален план за периода 2013-2017 г. в подкрепа на достойното остаряване“, „Национален план за периода 2015-2020 г. за насърчаване на равните възможности на хората с увреждания“, „Стратегия за интеграция на ромите до 2020 г.“, „Стратегия за миграционната политика“ от 2015 г., „Стратегия за интеграция на чужденците“ и „Стратегия за подкрепа на младите хора“. Самостоятелната заетост е изрич-

но упомената в стратегиите за достойно остаряване, за равенство между половете и за интеграция на ромите. Няколко чешки министерства имат съществена роля при разработването и прилагането на политики за приобщаващо предприемачество, включително Министерството на промишлеността и търговията, което отговаря за подкрепата на предприемачеството и икономиката като цяло, и Министерството на труда и социалните въпроси, което отговаря за участието на хората в неравносечно положение на пазара на труда. Освен това различни правителствени съвети са фокусирани в работата си върху определени групи от населението (напр. Правителствен съвет за равни възможности на мъжете и жените, Правителствен съвет за етническите малцинства, Правителствен съвет за хората с увреждания, Правителствен съвет за възрастните и застаряващото население), като допринасят с инициативи, които попадат в техните правомощия. Тези консултативни органи включват за свои членове представители на държавната администрация, нестопанския сектор, академичната общност, социалните партньори и гражданското общество. В допълнение към упоменатото в Чешката република се използва уникален подход за предоставяне на финансова подкрепа за стартиране на бизнес, като правилата се прилагат различно в отделните региони. Този подход има преимуществото да отговаря на местните/регионалните нужди, като в същото време не предлага на безработните чехи еднакви възможности и стимули в различните части от територията на страната.

В общия доклад на Европейската комисия и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие – „Липсващите предприемачи 2017...“ е извършен анализ на политиките за приобщаващо предприемачество във всяка една от страните – членки на ЕС, в т.ч. и в България. Подчертано е, че през последното десетилетие нивата на самостоятелна заетост в нашата страна са под средните за ЕС, като тенденцията е особено отчетлива при работещите младежи и жени. В България работят 3 млн. души през 2016 г., от които близо 11% са самонаети, докато средният дял за ЕС е 14%. На пръв поглед разликата не е голяма, но става по-съществена при хората, които нямат силно присъствие на пазара на труд, като жени и младежи. Така например нормата за мъже и възрастни хора е близо до средното европейско ниво

(около 13%), но от работещите млади хора в България едва 3,7% са самонаети, а процентът за жените е 7,8%.

Друга характеристика, която докладът отбелязва, е липсата на нововъведения от страна на българските предприемачи. Докато почти една трета от хората със собствен бизнес в ЕС предлагат нови продукти и услуги на пазара, дялът пада до 13,4% в България. Нагласите за успех на бизнеса също се различават – в нашата страна малко самонаети очакват да открият голям брой работни места спрямо средното ниво за останалите страни – членки. А именно иновациите и потенциалът на предприемачеството да създава възможности за работа са главните причини то да е важно за икономиката. Политики, насочени към т. нар. приобщаващо предприемачество целят да предоставят на всички хора равни възможности за стартиране и управление на собствен бизнес. Мерките обикновено се фокусират върху жени, младежи, имигранти, хора с увреждания, възрастни и малцинства като ромите в държави като България.

Докладът отбелязва разминаванията между България и ЕС и подчертава, че политиките, насочени към приобщаващото предприемачество, все още са в ранна фаза на развитие в страната. Има инициатива от страна на държавата за подкрепа, но мерките трябва да се разширят, тъй като „На национално ниво са представени редица стратегии, планове и програми в подкрепа на предприемачеството. Въпреки това повечето не са насочени конкретно към предприемачи от групи в неравностойно положение и слабо участие на пазара на труда“. В тази връзка българските институции следва да инвестират усилия и средства в увеличаване на инициативите за качествено обучение по предприемачество на младежи, жени, възрастни хора, безработни лица, хора от етническите малцинства, мигранти, хора с увреждания. Важно е да се обедини подпомагането, което се осигурява чрез обучения и менторство с микрокредитирането, за да се увеличат шансовете за успех на предприемачите в България.

Заклучение

Двадесет и четирите милиона малки и средни предприятия (МСП) в ЕС, с дял 99,8% от всички предприятия, са двигателят на европейската икономика и ключът към нейната конкурентоспособност. Те играят и изключително важна роля за възстановяването на Общността след кризата от 2008 г., поради което целта на европейските институции е: те да бъдат подкрепяни; да се създаде среда, в която предприемачи и семейни предприятия могат да преуспяват и предприемчивостта се възнаграждава; да се изготвят разпоредби в съответствие с принципа „Мисли първо за малките“; да се осигури по-лесен достъп на МСП до финансиране и пазари; да се създаде готовност от страна на държавните администрации да откликват на нуждите на малкия и среден бизнес.

Популяризирането на предприемаческия дух сред европейските граждани е един от централните градивни компоненти на Законодателния акт за малкия бизнес. В рамките на ЕС съществуват множество инициативи и мрежи, които лансират възможностите за кариера в областта на предприемачеството и изграждат у гражданите без оглед на тяхната възраст и произход и положително отношение към предприемачеството като привлекателна кариера.

В последните години се наблюдават сериозни усилия от страна на институциите на ЕС за подобряване наличието на финансиране и кредити за МСП чрез предоставянето на заеми, гаранции и рисков капитал. Европейските финансови институции – Европейската инвестиционна банка и Европейският инвестиционен фонд, са увеличили дейността си по отношение на МСП. Общността полага сериозни усилия да осигури балансирана комбинация от начини за финансиране на микро, малките и средните предприятия, като към заемите, кредитите и рисковия капитал следва да се добавят средствата от европейските фондове, проектите за научни изследвания и иновации и много други.

Приети са различни програми за действие с цел подкрепа на МСП, сред които е Програмата за конкурентоспособност на предприятията и малките и средните предприятия (COSME) и „Хоризонт 2020“.

Подобряването на конкурентоспособността на малките и средните предприятия е една от единадесетте тематични цели

на политиката за сближаване за 2014-20 г. През настоящия програмен период Европейските структурни и инвестиционни фондове предоставят на държавите – членки на ЕС, повече от 450 млрд. евро за растеж и заетост.

Предприемачеството допринася за по-конкурентоспособна и по-иновационна икономика и е решаващ фактор за постигането на заложените на европейско равнище цели. Пазарното приложение на нови идеи повишава производителността и създава икономически блага. Новите предприятия, по-специално МСП, са най-съществените фактори за създаването на заетост в Европа – ежегодно в тях се разкриват повече от четири милиона нови работни места.

Малките и средните предприятия имат огромно значение за развитието на Общността. Изключително важно е политиките, програмите, стратегиите и мерките, ориентирани към тях да бъдат съобразени с наднационалните (европейските) приоритети, но и да са в съответствие с националните и поднационалните (общински, областни, регионални) характеристики, потенциал и потребности. Именно комбинацията от адекватни европейски политики и програми за насърчаване на предприемачеството и малкия и среден бизнес, както и добре разработени национални нормативни документи и стратегии би допринесла за подобряване на конкурентоспособността и производителността на малките и средни предприятия в ЕС, за улесняване на достъпа им до средства, за тяхната интернационализация, за подобряване на взаимодействието им с научно-изследователските организации, за повишаване на степента им на иновативност.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коев, Й., Основи на предприемачеството, Варна, Стено, 2003,
2. Кънев, П., В. Христова, Основи на предприемачеството, Велико Търново, Фабер, 2009.
3. Маринов, Г., Мл. Велев, О. Гераскова, Икономика на предприемаческата дейност, София, БЦ „Информа интелект“, 2001.
4. Препоръка на Комисията от 6 май 2003 година относно дефиницията на микропредприятията, малките и средните предприятия, нотифицирана под номер C(2003) 1422) (OB L 124, 20.05.2003).
5. Commission of the European Communities, „Think Small First“ A „Small Business Act“ for Europe, Brussels, 25.6.2008.
6. Commission of the European Communities, Implementing the Community Lisbon Programme - Modern SME Policy for Growth and Employment, Brussels, COM(2005) 551 final, 2005.
7. COSME. Europe’s programme for small and medium-sized enterprises, http://ec.europa.eu/growth/smes/cosme_en,
8. European Charter for Small Enterprises, 2000, достъпна на: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:n26002&from=EN>.
9. European Commission, 2020 Action plan Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe, COM/2012/0795 final, 2012.
10. European Commission, An action plan to improve access to finance for SMEs, COM(2011) 0870, 2011.
11. European Commission, Annual report on European SMEs 2017/18, Brussels, 2018.
12. European Commission, European Central Bank, Survey on the Access to Finance of Enterprises (SAFE). https://ec.europa.eu/growth/access-to-finance/data-surveys_en,
13. Horizon 2020 Programme: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/>.

14. OECD, European Commission, The Missing Entrepreneurs 2017, Policies for inclusive entrepreneurship, OECD Publishing, Paris, 2017.

15. Zimmerer, Th., Essentials of entrepreneurship and small business, second edit, Prentice Hall, 1998.

ПРЕДСТАВЯНЕ НА АВТОРА:

Доц. д-р Юлияна Гълъбинова има висше икономическо образование по Управление на териториалните системи и Международни икономически отношения. През 2008 г. защитава дисертация по научната специалност Регионална икономика и администрация. От 2016 г. е доцент в професионално направление Администрация и управление (регионално развитие и кохезионна политика). Автор е на публикации в областта на местното самоуправление, развитието на големите градове, децентрализацията, кохезионната политика на Европейския съюз. Участва в множество национални и международни конференции по теми, свързани с общинските финанси, антикорупционните практики, регионалното развитие, европейските фондове и др.

MUSIC WITHIN STORES: DOES IT IMPACT THE ALGERIAN CONSUMER BEHAVIOUR?

Sabrina ELBACHIR

University Mustapha Stambouli, Mascara

Lakhdar ADOUKA

University Mustapha Stambouli, Mascara

Juliana Hadjitchoneva

New Bulgarian University

Abstract: *Music is one of the five variables of the store atmospherics. This research aims to test the impact of in-store music on consumer behaviour (emotional, perceptual and behavioural reactions). Following a literature review, hypotheses are formulated, and their validity is tested. Unlike the majority of previous studies, our research was conducted in a real store and not in an experimental context, with a convenience sample of 192 consumers. At the end of this empirical study, we confirm the impact of music on the emotional and behavioural reactions of Algerian consumers.*

Key words: *Music, store atmospherics, consumer behaviour, emotional states, approach/avoidance behaviour.*

JEL Classification: M310

How can music influence consumer behaviour? If enterprises specialised in ambient music advance intuitively without conducting scientific studies, the fact remain that many researchers in psychology and marketing explored this term for forty years. The experimental work of Milliman [1982] on music tempos represents the real starting point of the research on the influence of in-store music on consumer behaviour. Music can generate in us physiological effects; it can also arouse deep emotions and be used to create infinite variations of expressiveness [Delassus, 2011]. If music has long been the last wheel of the coach in marketing briefs, this time seems to be over. Indeed, it is now a vital lever of the marketing strategy, one of the strengths of the identity of a brand, a product, and even a point of sale. Often considered a communication tool in marketing, it can be both a positive and a negative source of action (that is, whether or not it leads to a desire to buy or to explore a store, for example...). It is also widespread to hear that retailers can influence customer behaviour by the diffusion of music [Vacca & Boulant, 1994]:

- slow tempo to retain the consumer in store;
- fast tempo to encourage individuals to consume or move faster;
- specific style to influence the composition of its shopping cart;
- perceived as cheerful to make the consumer feel euphoric and push him to buy;
- subliminal to influence his behaviour without his knowledge.

It seems interesting to analyse the impact of this atmospheric factor on the behaviour of the Algerian consumer, in terms of emotions and approach/avoidance behaviour. Moreover, our particular cultural context is likely to put forward interesting results.

To reach this objective, we use a positive approach based on the S.O.R (Stimulus - Organism - Response) paradigm [Mehrabian & Russell, 1974. Besides our study, based on a literature review, seek to allow us to justify our interest in music variables.

1. Theoretical Framework

1.1. Definition of the concept of Music

Music is a very complex stimulus. Indeed, a piece of music is composed of multiple elements that interact with each other. The definitions of its components vary, according to the disciplinary field in which it is inscribed [Goudey, 2007]. For example, the physicists speak in terms of sound waves, frequencies, and intensity. The music represents for them a set of sounds called “complex sounds”. Physics defines sound as a rapid variation of pressure waves in a given medium [Everest F., 2000]. Weil-Barais [1993] indicates that music consists only of complex sounds. In contrast, a sound is said to be pure when it corresponds to a single frequency. These pure sounds are widely used in psychoacoustics for stimulation purposes and are largely artificial [Weil-Barais, 1993]. On the other hand, in our everyday environment, complex sounds are very present. Speech, noise, music, auditory stimuli from nature or machine sounds are all complex sounds [Goudey, 2007].

Music could be defined as: “a set of expressly organised sounds composed of certain key elements: rhythm, pitch, harmony and melody” [Alvin 1991 quoted in Lee et al., 2005]. However, for some, music is much more than this definition.

There are actually several components to music; it consists of multiple elements including rhythm, tempo, melody, harmony, timbre, orchestration and volume:

- The tempo is the number of beats per minute. “The tempo represents the speed of performance of a piece of music or the pace at which a rhythm progresses” [Bruner, 1990].

- Rhythm is the disposition and timing of a composition [Bruner, 1990].

- The melody is “a succession of notes that are played during the music. Changes in melody can be either ascending (played louder) or descending (played less and less strongly)” [Bruner, 1990].

- Harmony corresponds to the arrangement of frequencies orchestrated around a melody to put it in value [Goudey, 2007].
- The timbre refers to “the distinction that is perceived between the sounds of two different instruments even when they play the same melody” [Bruner, 1990].
- The volume of a musical stimulus is expressed in decibels. “The internal volume can be used to make a note louder than others, to emphasise a passage of notes or to reproduce the whole song more strongly” [Bruner, 1990]. It can also be considered on a holistic scale for the musical composition: it is the global volume fixed at the time of the restitution of the sound [Goudey, 2007].

1.2. Music and Stores

Contrary to certain beliefs, the field of research on music within stores and consumer behaviour concerns only a few dozen studies that deal with this subject in different commercial places: supermarkets [Milliman, 1982 ; Sibénil, 1994], banks [Dubé et al., 1995], clothing stores [Yalch & Spangenberg, 1988, 2000 ; Rieunier, 2000], perfume and cosmetic stores [Ben Dahmane et al., 2002], electronics store and supermarkets [Andersson et al., 2012].

Early research work on the subject [Smith & Curnow 1966; Milliman 1982, 1986] tested the existence of an almost mechanical relationship between exposure to musical stimuli (volume sound, tempo) and the physical behaviour of the consumer (speed of movement, consumption, time spent in the point of sale, amount spent, etc.) The purpose of this behaviourist research was not to understand how music influenced the responses of the buyer, but to determine if the relationship between the musical stimulus and the client’s behavioural responses existed [Rieunier, 2000]. It was only in the early 1990s that some researchers tried to understand more deeply the relationship between music and consumer behavioural responses, including the mediating role of emotions and cognitive variables.

The table below (Table 1) summarises the most important researches that have been done on the subject.

Table 1. Summary of the most important researches

Authors	Research's summary
Milliman [1982, 1986]	The study was conducted in a supermarket; the author measured the speed of movement of individuals only in a given radius every Wednesday between 19pm and 20pm, with a sample of 15 people for each modality of tempo. He observes that when slow-tempo music is played in a store, customers move less quickly and sales increase by an average of 38.2% compared to a fast tempo situation. Music at slow, medium or fast tempo would also positively affect the relationship between customers and sellers. The music and its tempo thus have an impact on the consumer's purchasing process but also on its consumption. Milliman (1986) confirmed his first results in a new context: restaurants. Customers tend to spend more time at the table with a slow tempo, and the amount of dishes ordered is higher than the fast tempo.
Yalch & Spangenberg [1988]	They conducted a study on a sample of 86 consumers within a clothing store; their study is based on the work of Milliman (1982). They compared the effects of the background music whose function is to hide the silence to foreground music, which contributes to the strengthening of the store's image. Foreground music has been described as music with voice and background music has been described as instrumental music without voice. Shoppers under the age of 25 reported spending more time in the store when background music was played, while older shoppers said they spent more time in the store when voiceless instrumental music has been played. Musical conditions have had significant effects on arousal but not on pleasure or dominance.
Herrington [1996]	An experimental study where the effects of background music on buying behaviour in a supermarket were observed. The author has found that musical preference influences both the time spent on the place and the amount spent, even if the tempo and the musical volume have no observable effects. Also, the study highlights cultural differences and the influence of the latter. The study was conducted in a supermarket heavily attended by an Indian population, it was noted that it needs a different arrangement of music compared to the European population.

Hui et al. [1997]	The authors tested the enjoyment of music in an experimental (laboratory) context, with 116 students. Their results indicate that music has significant effects on the overall assessment of the environment and that these effects are moderated by the fact that consumers like to hate music. The time seemed longer with the music.
Rieunier [2000]	She studied several attributes of music in a large clothing store. This is the first research on the influence of music notoriety on shopper reactions. This research is the first to explore the curvilinear nature of the relationship between tempo and the affective, cognitive and behavioural responses of clients.
Wu et al. [2008]	They studied the combined effect of colour and music on the buying behaviour of consumers in real and virtual stores. Their results highlight that certain sounds can be associated with specific colours. Indeed, the colour/ music interaction has a moderate impact into a real point of sale and more pronounced in a virtual one.
Andersson et al. [2012]	They studied the effect that music has on consumer behaviour in two different store contexts (electronics store and supermarket) during regular hours. Two studies were conducted on real field and without manipulation of the musical stimulus, on a sample of 550 consumers. They responded to a questionnaire involving behavioural measures, attitudes and moods during the days when background music was broadcast in stores. The conclusions of these two studies are that music impact consumer behaviour, but also that store type influences both the strength and direction of the effect.

1.3. Impact of Music on Consumer Behaviour

According to Kotler [1973 -1974], store atmospherics, in particular, the ambient music arouses several types of reactions to the consumer. Since ambient music can influence not only the behavioural reactions of the client but can also have an impact on his emotional reactions (pleasure, mood, arousal...) and his cognitive reactions (his perception of the store's image, his evaluation of the quality of the service and the values of the brand). Research on this subject has mainly focused on these three levels of responses [Touzani & Ben Dahmane Mouelhi 2003].

1.3.1. *Impact on Emotions*

Emotional state is the reaction that emerges from the action of listening to music, such as a feeling of pleasure, anger, sadness, or relaxation [Hargreaves, 1982; Lacher & Mizerski, 1995]. The emotional component is undoubtedly the most influential reaction since it is considered to be the primary element in the appreciation of music [Havlena & Holbrook 1986].

a) The impact of music on pleasure

The emotional state of pleasure experienced with background music is not only an essential mediating variable of the link between music-pleasure [Rieunier, 2000] but also a mediating variable between music and the number and amount of unexpected purchases [Sibéril, 1994]. Customers experience more enjoyment with pleasant music (vs unpleasant music) [Lemoine, 2002].

Indeed, the style of the music influences the pleasure felt by the customer regarding the atmosphere of the point of sale [North & Hargreaves, 1996]. Consumers stay longer at the store and no longer care about the amount spent when they are subjected to music that matches their tastes [Yalch & Spangenberg, 1993]. Also, clients rate products favourably when they experience intense (vs low) enjoyment of familiar (vs unfamiliar) music [Bruner, 1990].

b) The impact of music on stimulation

Studies in psychology tend to show that there is a relationship between the tempo of music and the stimulation felt by the individuals [Anand & Holbrook, 1986; Kellaris & Kent, 1994]. Curiously, this was not found in a commercial setting [Chebat et al., 1993; Sibéril, 1994].

1.3.2 *Impact on Behavioral Reactions*

The style of music can influence the number of consumer purchases and the number of unplanned purchases [Sibéril, 1994]. Classical and pop music can increase store sales compared to “easy listening” music or silence [North & Hargreaves, 1998]. In a clothing store, when the music broadcast is unknown, the customers, who pay attention to the music broadcast, buy and spend more [Rieunier, 2000]. Milliman [1982] showed that the faster the tempo, the less the individual spent, while many other studies failed to find the link between the two variables [Herrington, 1993; Sibéril 1994]. Grewal & Parasuraman [1994] have shown that classical music is the style that is most expected in a store selling quality products.

Besides, music distributed in stores has an impact on the customer's social interactions. Its presence would increase the time spent in the store [Yalch & Spangenberg, 1988, 1990; Rieunier, 2000], the number of sellers with whom the customer comes into contact and the length of their discussion [Rieunier, 2000]. In their latest study, Yalch & Spangenberg [2000] have shown that, in the absence of time restrictions, individuals perceive time in the same way regardless of their familiarity with the piece of music being played.

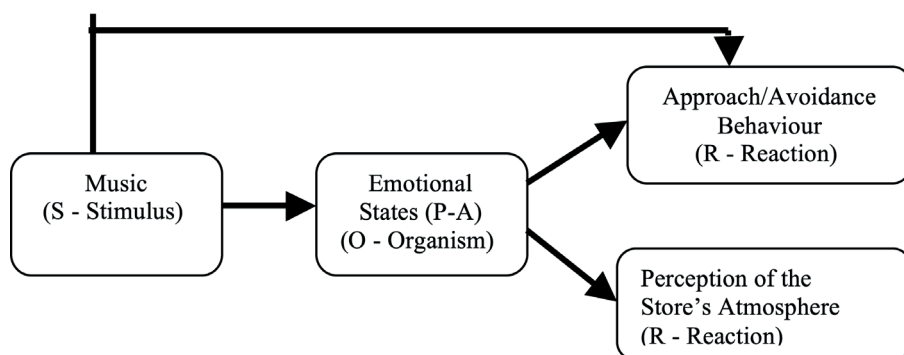
1.3.3 Impact on Cognitive Reactions

Music within stores influences beliefs about products, people and place of supply [Ben Lallouna et al., 2008]. It has been shown that the environment of a point of sale gives a picture of the locality in general, Shama & Stafford [2000], suggest that the perception of a store "can influence the beliefs of consumers about the people who work and that more enjoyable environments are usually associated with more credible service providers." [Cited in, Wall et al., 2007]. Other studies have also discussed the influence of in-store music on consumer perception. Baker [1994] did a study that examines "how the combination of specific items within the store influences the customer to infer conclusions about merchandise and quality of service."

2. Research Methodology

The conceptual model of our research (Figure 1) intends to establish the link between the music within the store (measured according to its appreciation), the emotional states (Pleasure-Arousal), and the approach/avoidance behaviour. The research follows the S.O.R. (Stimulus-Organism-Reaction) paradigm. We consider the environmental stimuli as processed by the consumer based on the emotions felt during their presence in the store.

Figure 1.
Conceptual Model of Research



We can notice from our model that emotions are both a dependent variable and a mediating variable of the relationship between music and the approach/avoidance behaviour on the one hand, and a mediator of the relationship music/perception of store's atmosphere, on the other hand.

2.1. Hypotheses

It has been proposed that music influences behaviour because of its effect on physiological and emotional changes in individuals [Anand & Holbrook, 1986] and mood [Bruner, 1990]. Music can vary along different dimensions, including the tempo, rhythm, volume, type of music being played. Lacking the necessary materials for a true measure of the tempo, the volume and the rhythm of the music, we will keep only the dimension of the type of music. Knowing that supermarkets broadcast only known music that will appeal to as many people as possible.

H1: The type of music played within the store has a positive influence on the emotional states of consumers

H1a: The type of music played within the store has a positive influence on the level of pleasure felt by consumers

H1b: The type of music played within the store has a positive influence on the level of stimulation felt by consumers.

The results of the various researches carried out on the direct link between the music and the behaviour of the individuals, which

are characterised by their divergence and/or their non-significance, which makes it possible to formulate again hypotheses on the relationship music - behaviour of the consumer within the store.

H2: The type of music played within the store improves approach behaviour among consumers

We want to know if the influence of in-store music, in our study, is applied primarily by emotions.

H3: The influences of music within the store on behavioural reactions go through the emotions felt in store by consumers.

Studies which examine the correlation between emotional states and cognitive activity shows a partial or total mediation of emotions on the perceptual reactions of individuals [Batra & Ray, 1986; Holbrook & Batra, 1987].

H4: The influence of in-store music on the consumer's perception is mediated by their emotional states.

2.2. Method

Our study was conducted in the cosmetic department of a hypermarket in the Algerian Capital, during a week. We chose to use the Mall Intercept Technique. Our survey resulted in a total of 192 valid questionnaires.

To measure the impact of in-store music on emotional states, perceptual reactions and the approach/avoidance behaviour, we developed a scale measure based on a combination of 4 different scales. All the scales involved in the questionnaire were carefully translated in both Arabic and French with a forward and backward check. Also, items were measured on a 7-point Likert-type scale (strongly disagree to strongly agree).

Firstly, there is no scale of measurement specific to the type of music. Each author has developed his own scale, the majority of the time composed of only one item. Furthermore, the agreement with music is not difficult to apprehend for the individual. This variable will, therefore, be evaluated directly, via three items:

- The music played within the store makes the shopping pleasant
- The music played within the store bothers me
- The music played within the store is appropriate

Secondly, emotional states (Pleasure and Arousal) were measured by a scale that we elaborated by using the Churchill Paradigm.

Although, this field is dominated by the works of native English speaking researchers, yet the adaptation of these scales has shown its limits for studies that happen in non-English speaking countries [Plichon, 1999], especially in terms of reliability and validity [Lichtlé & Plichon, 2004]. This is the case of the Algerian consumers, which are culturally and linguistically different from consumers on which the scale of Mehrabian & Russell [1974] was developed and applied. The scale consists of seven items; 4 items to measure pleasure, and 3 items to measure stimulation, ($\alpha=0.76$) [Elbachir & Chenini, 2016].

Thirdly, the scale used to measure the approach/avoidance behaviour of the consumers toward the store is the one developed by Donovan and Rossiter [1982] ($\alpha=0.73$).

Finally, we evaluated the overall perception of the store using the 7-point differential semantic scale developed by Fisher [1974]. It is composed of 8 items ($\alpha= 0.91$).

3. Results

An analysis of variance was conducted to test our research hypotheses. The first set of hypotheses of this research proposed that there is a link between in-store music and the emotional reactions (Pleasure and Stimulation) of customers in the cosmetic department. Tables 2 below summarises the results of the statistical analyses needed to test these hypotheses.

Table 2.

Multivariate analysis of variance (music impact emotions)

Independent variable	Mean square	F	Maximum dimension
Music/Pleasure	2.93	13.514	0.000($p<0.05$)
Music/Stimulation	2.85	11.55	0,000($p<0,05$)

(Source: Own elaboration)

The results obtained above are broadly in line with previous research carried out in this field: there is a significant relation between music played within a store and the emotions felt by consumers in terms of pleasure and stimulation.

The results related to approach and avoidance behaviour that reflect the attractiveness of the store, desire for affiliation, and expenses, show a significant effect of our independent variable on the two behavioural variables.

Table 3.

Analysis of variance (Music impact the approach behaviour)

Independent variable	Mean square	F	Maximum dimension
Music	146.41	8.153	0.000($p < 0.05$)

(Source: Own elaboration)

The usual method used in marketing studies to verify the existence of a full or partial mediating effect is the regression method (single and multiple) proposed by Baron & Kenny [1986]. Although the authors advocate looking at the sizes of regression parameters, in practice, people tend to seek a change of direction. Thus, mediation would occur if the relationship between the predictor and the dependent variable was significant ($p < 0.05$) on the first equation, but not significant ($p > 0.05$) when the mediator is included on the second equation. As stated by Field [2013], this approach can lead to 'all sorts of 'nonsense' that 'encourage thinking that the p-values encourage all-or-nothing'.

Instead, we calculated the confidence intervals for the indirect effect using Bootstrap methods [Field, 2003], via the PROCESS tool on SPSS [Hayes, 2013].

The results above show that the emotions felt by the consumer at the point of sale are a mediator of the link music-approach behaviour at 25%, but are not a mediator of music-avoidance behavior (since the values of LLCI and ULCI are between a positive number and a negative number, which includes the possibility of a value equal to zero, so the link cannot exist ($p < 0.05$) [Preacher & Kelley, 2011].

The table below (Table 5) describes the results obtained with our Bootstrap analyses performed with emotional states as the mediator variable between music and the global perception of the store.

Table 4.

Mediating effect of Emotions on the influence of music on the approach/avoidance behaviour

Independent variable/ approach behaviour	B (completely standardised indirect effect)	LLCI &ULCI (lower and upper levels of confidence intervals)	Pm (per cent mediation)
Music	0.09	95%BCaCi [0.025, 017]	0.25 (25%)
Independent variable/ avoidance behaviour	B (completely standardised indirect effect)	LLCI &ULCI (lower and upper levels of confidence intervals)	Pm (per cent mediation)
Music	0.016	95%BCaCi [-0.02, 0.07]	0.064(6.4%)

(Source: Own elaboration)

Table 5.

Mediating effect of Emotions on the influence of music on the global perception of the store

Independent variable/ approach behaviour	B (completely standardised indirect effect)	LLCI &ULCI (lower and upper levels of confidence intervals)	Pm (per cent mediation)
Music	0.05	95%BCaCi [0.16, 0.05]	0.40 (40%)

(Source: Own elaboration)

The indirect effect of music on the overall perception of the point-of-sale environment is significant for emotional states. Our mediator variable represents 40% of the total effect of music on our dependent variable.

4. Discussion

The type of music played within the store was instrumental background music. This has positively influenced the emotions felt by our consumers. Lundqvist et al., [2009] found that an emotion induced in the listener is similar to the emotion expressed in the music. Since music can affect emotions, understanding and selecting the right music in a desired situation is useful. Having been judged to be non-disturbing, pleasant and even appropriate, the music played within the store has contributed to satisfy and relax consumers during their shopping, which positively influenced their level of pleasure and stimulation. These results are consistent with Milliman's studies [1982, 1986]. Even if, culturally speaking, the music played is not necessarily what is most listened to or appreciated in Algeria. In purchasing context however, this type of music seems to be appropriate, regulating the mind to carry out the daily routine. Also, the music itself has a direct physiological impact, reflected by a degree of stimulation.

The money and time spent by shoppers in stores are influenced by their preference for the type of background music being played, our results are in line with previous studies [Herrington 1996, Guéguen et al., 2007]. Calm and pleasant music can not disturb consumers in their exploration of the store and interest in the products on display. These results seem to support Grayston [1974, p.38 in Milliman, 1982], who states that "music must correspond to the situation in which it is used. Bad music can produce effects that completely neglect the purpose of its spreading. However, we find that the diffusion of conventional background music with a correct tempo positively influences the approaching behaviour of the clients, even if the context of our study is culturally different from previous research.

Nevertheless, our results have not been as conclusive in the mediation of emotional states (pleasure and stimulation) between music and consumer approach and avoidance behaviour, as suggested by the literature review [Mehrabian & Russell, 1974; Bitner, 1992]. Indeed, mediation is significant only with the influence of music on approach behaviour. Pleasant and appropriate music increase respondents' pleasure and stimulation, which, in turn, is positively related to approach practice. Though, we can assume that future research can prove the mediating influence of emotional states on other behavioural variables such as intent to return or movement within the store.

Finally, our research confirms the “Affective-Cognitive” continuum [Derbaix & Poncin, 2005] as well as the model of environmental psychology [Mehrabian & Russell, 1974]. According to which, the emotions are manifested before the perceptions. This goes in the direction of the post-modern hypothesis of the study of consumer behaviour, which emphasises Affect, as opposed to the traditional cognitivist approach. As reported by Stefanucci et al., [2011], perception is not an encapsulated process; it works with many other routes in the brain. The process of a direct influence of stimuli on emotion can follow the “relatively simple and automatic processes that come into play even before cognitive thinking can begin” [Dennis et al., 2010]. In this conceptualisation, the environment can positively influence emotion directly. Indeed, in terms of perception, emotions can illuminate judgments of environmental characteristics when, for example, contradictory information is present (known as the “affect as information” hypothesis [Storbeck & Clore, 2008]).

Conclusion

The use of music in commercial areas is not recent. Its primary purpose is to influence the perception of time that buyers have. Instrumental background music does not seem to bother consumers, contrary to some cultural beliefs. In fact, it seems desirable for the stores’ managers to broadcast background music at their point of sale, if they want customers to linger in the store and explore it further, and beyond, to spend more money. Or increase the level of pleasure and stimulation felt. These results should encourage marketers to conduct quantitative research to assess the implications of such a decision on consumer behaviour. The choice of the program obviously counts; many officials think that the known music, which pleases the most considerable number, puts the customers in good dispositions to buy. However, they would be more interested in broadcasting unknown ambient music, which is accepted and considered appropriate by the majority.

Despite the results obtained, our research has certain limitations, particularly concerning the method. Indeed, even if questionnaire surveys are the most frequently used due to the ease and speed of this method of data collection. According to Edvard et al., [2003], the main risk concerning this technique is to collect the behaviours that con-

sumers claim to have adopted that can significantly differ from the behaviours they actually adopted. Besides, it must be evoked that the data collection took place in a single store, on a sample of convenience, with specific measurement tools that remain still to improve. Individual differences must also be taken into consideration. Also, socio-demographic variables and their influence on emotional, perceptual and behavioural responses are essential, as some studies have shown. These limitations encourage us to suggest many lines of research that will allow future academic studies on this subject.

To our knowledge, there is no research on the influence of music on the behaviour of children within stores. However, this issue seems very interesting both from a managerial and an academic point of view.

REFERENCES

1. Anand, P., & Holbrook, M. B. (1986). Chasing the Wundt curve: an adventure in consumer esthetics. *ACR North American Advances*.
2. Andersson, P. K., Kristensson, P., Wästlund, E., & Gustafsson, A. (2012). Let the music play or not: The influence of background music on consumer behavior. *Journal of retailing and consumer services*, 19(6), 553-560.
3. Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the academy of marketing science*, 22(4), 328-339.
4. Bohl, P. (2012). The effects of store atmosphere on shopping behaviour-A literature review. *Corvinus Marketing Tanulmányok*, 2012(1).
5. Bruner, G. C. (1990). Music, mood, and marketing. *The Journal of marketing*, 94-104.

6. Coelho do Vale, R., & Verga Matos, P. (2017). Private labels importance across different store loyalty stages: a multilevel approach. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(1), 71-89.

7. Daucé, B., & Rieunier, S. (2002). Le marketing sensoriel du point de vente. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 17(4), 45-65.

8. Delassus, L. (2011). La musique au service du marketing: l'impact de la musique dans la relation client. Editions Eyrolles.

9. Dennis, C., Newman, A., Michon, R., Brakus, J. J., & Wright, L. T. (2010). The mediating effects of perception and emotion: Digital signage in mall atmospherics. *Journal of Retailing and Consumer services*, 17(3), 205-215.

10. Derbaix, C., & Poncin, I. (2005). La mesure des réactions affectives en marketing: évaluation des principaux outils. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 20(2), 55-75.

11. Donovan, R. J., Rossiter, J. R., Marcoolyn, G., & Nesdale, A. (1994). Store atmosphere and purchasing behavior. *Journal of retailing*, 70(3), 283-294.

12. Dubé, L., Chebat, J. C., & Morin, S. (1995). The effects of background music on consumers' desire to affiliate in buyer-seller interactions. *Psychology & Marketing*, 12(4), 305-319.

13. Herrington, J. (1996). Effects of music in service environments: a field study. *Journal of Services Marketing*, 10(2), 26-41.

14. Elbachir, S., & Chenini, A. (2016). The Emotional States of the Consumer in Stores: The PA (Pleasure-Arousal) Adapted to the Algerian Context. *Expert Journal of Marketing*, 4(1), 10-19.

15. Evrard, Y., & Pras, B. et Roux E. (2003). *Market, études et recherche en marketing*.

16. Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage.

17. Filser, M., & Plichon, V. (2004). La valeur du comportement de magasinage. *Revue française de gestion*, (1), 29-43.

18. Goudey, A. (2008). *Stratégies de communication sonore de*

la marque: bilan et perspectives de l'utilisation de l'identité musicale de marque. *Décisions Marketing*, 61-65.

19. Havlena, W. J., & Holbrook, M. B. (1986). The varieties of consumption experience: comparing two typologies of emotion in consumer behavior. *Journal of consumer research*, 13(3), 394-404.

20. Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of consumer research*, 9(2), 132-140.

21. Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of retailing*, 49(4), 48-64.

22. Lee, O. K. A., Chung, Y. F. L., Chan, M. F., & Chan, W. M. (2005). Music and its effect on the physiological responses and anxiety levels of patients receiving mechanical ventilation: a pilot study. *Journal of Clinical Nursing*, 14(5), 609-620.

23. Lemoine, J. F. (2003). Vers une approche globale de l'atmosphère du point de vente. *Revue française du marketing*, 194(4), 83.

24. Levy, M. and Weitz, B.A. (2007), *Retailing Management*, McGraw-Hill Irwin, Boston, MA

25. Markin, Rom J., Charles M. Lillis, and Chem L. Narayana, (1976), Social-Psychological Significance of Store Space, *Journal of Retailing*, 52 (Spring) 43-54.

26. Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. The MIT Press.

27. Milliman, R. E. (1982). Using background music to affect the behavior of supermarket shoppers. *The Journal of Marketing*, 86-91.

28. Milliman, R. E. (1986). The influence of background music on the behavior of restaurant patrons. *Journal of consumer research*, 13(2), 286-289.

29. Mouelhi, N. B. D., & Touzani, M. (2003). Les réactions des acheteurs aux modalités de la musique d'ambiance: cas de la notoriété et du style. *Revue Française du Marketing*, 194(4), 65.

30. Pras, B., Evrard, Y., & Roux, E. (2003). *Market: études et recherches en marketing-Fondements, méthodes* (No. halshs-00150660).

31. Rieunier, S. (2000). L'influence de la musique d'ambiance sur le comportement des consommateurs sur le lieu de vente (Doctoral dissertation, Paris 9).

32. Siberil, P. (1994). Influence de la musique sur les comportements des acheteurs en grandes surfaces de vente (Doctoral dissertation, Rennes 1).

33. Stefanucci, J. K., Gagnon, K. T., & Lessard, D. A. (2011). Follow your heart: Emotion adaptively influences perception. *Social and personality psychology compass*, 5(6), 296-308.

34. Storbeck, J., & Clore, G. L. (2008). The affective regulation of cognitive priming. *Emotion*, 8(2), 208.

35. Vacca, P. (2015). Hyper, ton univers impitoyable... FeniXX.

36. Wu, C. S., Cheng, F. F., & Yen, D. C. (2008). The atmospheric factors of online storefront environment design: An empirical experiment in Taiwan. *Information & Management*, 45(7), 493-498.

37. Yalch, R. F., & Spangenberg, E. R. (2000). The effects of music in a retail setting on real and perceived shopping times. *Journal of Business Research*, 49(2), 139-147.

AUTORS PRESENTATION:

Sabrina ELBACHIR has a PhD in Marketing. She is Associate Professor and Researcher at the Economics and Management Faculty in Mustapha Stambouli University of Mascara. She is a member of the SME, Research and Innovation Laboratory. She was an assistant to the Vice-Rectorate of External Relations of the University of Mascara, accompanying potential international projects under Erasmus+ and PRIMA Programmes. Her research fields include consumer behaviour and psychology, market research, retailing, entrepreneurship and sensory marketing. She is an author of national and international scientific papers related to retailing, consumer behaviour and entrepreneurship. She is a member of Scientific Committees of National and International Journals.

Lakhdar ADOUKA is Professor at the Mustapha Stambouli University of Mascara. He was Director of Ecology and Environment Research Laboratory, also chairman of the Scientific Committee of the Commerce Department. He is a member of the International Association of French Language Economists (AIELF) and the International Association of Francophone Researchers in Microfinance (AICFM). His area of interest is quantitative techniques applied to macroeconomics (economic growth, inclusive growth, unemployment, inflation, exchange rates, others). He has national and international publications in quality journals that are classified (B and C). He is a member of the Scientific Committees of national and international journals and evaluator of articles submitted for publications to them.

Juliana HADJITCHONEVA has a PhD in Social Management (Business Administration). She is Chief Assistant Professor at the Administration and Management Department in New Bulgarian University. She has extensive professional background in public, private and non-government sectors. Her main research fields are competitiveness and business environment, entrepreneurship and innovation, good governance, management and strategic management, global economy and business.

MODERN PARADIGM IN THE CONTEXT OF REFORM OF THE PUBLIC AUTHORITY AND ADMINISTRATION

*Academician Slobodan Nešković, PhD
University Business Academy in Novi Sad*

Abstract: *Transition countries and underdeveloped countries in long-term development strategies seek to eliminate evident anomalies and controversies in all spheres of society. There is an urgent need for a radical transformation of all segments of the community at all levels of organization and innovation, modeled on the developed countries of the European Union. The reform of public authority and administration is an essential obligation of relevant subjects in the context of incorporating one's own creation into modern international trends. The new public management is a modern public sector paradigm based on the implementation of the experiences of developed European countries. The focus is on systemic changes in accordance with the specifics of collectivity, the concept of privatization and the commitment to service to citizens. The first role in the reorganization is achieved by the application of information and communication technologies with the introduction of the eGovernment model in all bodies, institutions and companies. These postulates enable the necessary integration, efficiency and prosperity of society in the broadest context.*

Key words: *paradigm, new public management, information and communication technologies, public authority, local self - government, administration, eGovernment, citizens, European Union*

After the Second World War, when a system of socialist self-management and a period of the former regime were established, Serbia faced the inevitability of a faster reform of the concept of state administration as an apparatus of power and coercion. In order for this democratic state concept and public authority to come to life in practice, the developed countries needed centuries. On the other hand, Serbia has really started a democratic process, both, then and now, the democratic authorities didn't have any clear and common ideas about the necessity of abandoning the outdated concept of the rule of law. Public administration is the basic, crucial area of the political, legal, economic and / or general social reality of each country. The integrity, quality and dynamics of adoption, is the democratization in each country, and so on in the Republic of Serbia depend on the transformation of public administration. Serbia, in the processes of public administration reform, an important segment of which is a public enterprise, is a late one for several decades in the majority of developed European countries. However, it can use their good and bad experiences, which point to two very important things when it comes to public enterprises. First, we do not have to strictly choose between whether some companies will be privatized or will remain state-owned, as there is a wide range of solutions. An important term for this is the corporatization of the company. Second, also important, is the preservation and protection of the public interest, since the quality of providing services to citizens is the ultimate goal.

The fall of the Berlin Wall led to the beginning of transition, because the socialist economic model was ruined and this defeat brought the countries of eastern, southeastern and central Europe into the transition process. The question of how to replace the state planning sector and how to ensure more efficient use of the means

of production was set up in eastern European countries, including Yugoslavia, the fifties and sixties. In these countries, the abandonment of the already outdated concept of a state-planning economy did not solve existing problems, in particular “over-occupancy”. Therefore, in order to ensure the coordination of the privatization process, the state establishes an institutional framework, establishes ministries, agencies and other bodies that take responsibility for the privatization process.

Public administration reform in Serbia, with a focus on privatization, formally dates back four centuries as the basic phase of the doctrine of new public governance. For that long period of time, the views and views of privatization changed, at first it was viewed as a necessary evil, which was associated with robbery, so that in the late 1990s this view changed drastically and privatization was seen as a cure for all problems of the Serbian economy. This euphoria has floundered today because the solutions did not yield the expected results, and again it has to prove that private ownership is more efficient and productive than the state (social). However, as the main milestone in the reform of public administration, it was taken in 2000 when the first democratic government was formed, and when serious changes in the public - state administration began. A number of challenges were faced before the newly formed government, the most important of which was the direction to continue privatization, which model to choose, because it was clear that worker shareholders could not continue. At that time, the first Privatization Law (June 2001) was adopted, which created the institutional framework for the implementation of the new privatization model. This law set the prerequisites for a somewhat modified classic sales model. Although there were indications of progress in the construction of institutions and the economic system in the later period, Serbia is lagging behind in the transformation, development and application of new expert knowledge and new management methods. That is why the necessary requirements for radical changes of the situation are modeled on the prosperity systems, that is, comprehensive reforms, which is paramount importance for the whole country.

1. New Public Management as a Modern Paradigm of Institution Management

The initial transition to some extent was also included in the authority, since the Government of Zoran Djindjić realized the necessity of the reform of public and state authority, all with the aim of obtaining a professional, modernized, depoliticized and efficient administration. Although there was a great desire and need for public authority reform, often there were obstacles and “brakes”, and one of the main “brakes” was the 1990 Constitution, which reduced the state administration’s affairs only to the exercise of power, or rather “Enforcement of laws and other regulations”.¹ However, the reform had to continue. Designing the course and dynamics of public administration reform resulted in the 2004, when the Serbian government adopted the Serbian State Administration Reform Strategy, which was based on the understanding of “... authority as a citizen service, not as a powerful tool of government”.²

The Government of Serbia’s Public Authority Reform Strategy was adopted by the Government of the Republic of Serbia in October 2004. “The general goal of the public administration reform is further improvement of the work of the public authority, in accordance with the principles of the so-called European Administrative Space, i.e. providing high quality services to citizens and businesses, as well as creating such a public authority in the Republic of Serbia that will contribute to economic stability and increase of life Citizens’ Standards”.³ In order to achieve the goals, the Government of Serbia committed itself to the implementation of the reform in accordance with the following basic principles: decentralization, professionalization and depolitization, rationalization, coordination and modernization. Under the great pressure and influence of the International Monetary Fund, the government had to proceed with rationalization measures in the state authority, in order to reduce public spending.

¹ Nešković, S., *Foreign Security Policy of the European Union and the Position of the Republic of Serbia - Case Study*, Belgrade: Center for Strategic Research on National Security - CESNA B and Technical Faculty of Bor, 2016, p. 32.

² Milenković, D., *Public administration - selected topics*, Faculty of Political Sciences, Čigoja štampa, Belgrade, 2013, p. 303.

³ Official Gazette of the Republic of Serbia, No.55 / 05, 71/05 - correction, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 - US and 72/12

Also, in the period from 2004 to 2012, two Action Plans for the implementation of the Strategy were adopted. When examining the consequences and results of the Public Authority Reform Strategy, in addition to all good sides (adherence to pre-set principles), which represent a zero point, or a milestone in public authority reform, its numerous shortcomings are also evident, primarily in the implementation of the Strategy. In addition to some non-governmental projects supported by the EU, the Government of Serbia has not produced a single report on its implementation. Like many laws, this Strategy has also remained a dead letter on paper, which is not binding on anyone. It represented only one foreign-political move, to prove to the world and show that Serbia stepped into the reform of the administration, without taking it as something that stems from “inland need for capacity building of still weak country”.⁴

After the expiration of the second action plan (2012), when Serbia gained the status of a candidate country for EU membership, the environment in which public authority reform was implemented has received quite new dimensions. In order to tackle the challenges ahead, and the needs of citizens, the authority must be modernized and reformed. Thus, it was decided to prepare a new Public Authority Reform Strategy, which will approach the reforms in a new and modern manner in accordance with the needs for citizens, as well as the requirements set by the European Union before Serbia. On the process of reforming the state authority in Serbia, international actors such as the EU and the IMF have great influence. In addition to providing expert and financial assistance to administrative reform, the European Commission evaluates the Progress Reports, criticizes the negative impacts and makes recommendations for a further stream of public authority reform. On the other hand, the IMF has a different approach and different requirements when it comes to public reform. Requests and recommendations are primarily reflected in reducing public spending, freezing employment in the public sector, freezing salaries and rationalizing public authority. Senior executives believe that the influence of international organizations and

⁴ Milenković, D., Public administration - selected topics, Faculty of Political Sciences, Čigoja štampa, Belgrade, 2013, p. 320.

the EU is extremely positive and that, thanks to them, the prospects for real implementation of reforms are increased.⁵

The reform of state and public administration and the development of public governance in the countries of Western Europe and the Anglo-Saxon countries (USA, Australia, New Zealand) at the end of the twentieth and early twenty-first century marked various conceptions of the importance of the state in public administration and in the provision of public services. Each of these conceptions breaks through the prism of specificity characteristic of the administrative system of each individual country, thus creating its own public management system. These countries have different economic conditions, political traditions and culture, which are important preconditions that affect the form and content of public administration reforms. Even in developed countries, administrative differences are high. After the Second World War, the concept of an omnipresent state is being developed that marks the development of a welfare state. Due to oil shock, the enthusiasm for the concept of the ubiquitous state is gradually decreasing, followed by its replacement with the concept of a minimalist state whose tasks are constrained to maintain order and stability and open the space for the functioning of the market. At that time, extensive reforms of the state and the administrative apparatus began, with the belief that the market mechanism is more suitable for social regulation and that the state should spend less, and that managers be allowed to manage the public sector through techniques and skills that are known in the private sector. The doctrine that began to develop at that time and which becomes the starting point of public administration reform is a new public management.⁶ This concept originated in the 1980s under the influence of neoliberal parties in the United States and the United Kingdom, and later expanded into Western Europe - Germany, Italy, France, and Scandinavian countries. The reform called New

⁵ Štimac, V., Lazarević, M., Context of Public Governance and Reform in Serbia, Belgrade Fund for Political Excellence, Team for Social Inclusion and Poverty Reduction, Belgrade, 2013, p. 45

⁶ Nešković, S., Đelić, T. A., Zurovac, D., Possibilities of transformation of local self - government of the Republic of Serbia and implementation of e - government project, Ministry of Defense of the Republic of Serbia: Military Work, 2018, p. 363.

Public Governance implied public sector reform, such as the introduction of explicit performance measures, the introduction of private sector management styles into the public sector, decentralization, contracting and privatization.

The doctrine of the new public management is a management paradigm aimed at making the public administration system more efficient and quality in order to fulfill all the requirements of the users. The basic idea behind the doctrine of the new public management is to transfer private sector methods and techniques to the public sector, all in order to make it more efficient and cost-effective. There is no single model of new public governance that is more a doctrine consisting of a set of measures and ideas that are adapted to each of the countries in which public sector reform is being implemented according to the model of new public governance. However, there are some of the basic ideas that are presented in the most models:⁷

- Breaking the traditional hierarchical structure of the public sector, forming a large number of organizations,
- Giving public managers greater freedom in decision making,
- Focusing on the result, rather than the procedure,
- Strengthening the game within the public sector,
- Greater discipline and austerity in the use of funds, which is also achieved through the reduction of the rights of public officials,
- More orientation on customers and making higher value for money.

One of the significant measures foreseen in the doctrine of public management is privatization. Privatization, or denationalization, represents the transfer of state, i.e. public property and responsibility into the hands of a private person. Effective privatization ensures more efficient and more economical performance of public affairs for which it is not necessarily performed by the public service. The basic characteristics of the new public management are the introduction, promotion and strengthening of competition - the aim is to introduce a competitive spirit in order to eliminate monopolies, develop pro-

⁷ Mateljak, Ž., Gjurković, S., Implementation of the concept of New Public Management in the function of increasing the efficiency of public administration in the Republic of Croatia, Zbornik Univerziteta u Dubrovniku, Dubrovnik, 2016, p. 118.

motion and empowerment of competition, planning and company results - disciplined effort which involves making the basic decisions and implementation of core activities leading the organization and its activities, as well as the adoption of "cascading" chain management to increase transparency involves the analysis and establishment of an internal organization and an external environment, i.e. determining the strength and weakness of the organization.⁸

Thus, as part of the overall social development, the process of development of the administration has begun. The informational revolution and the consequences of globalization have prompted the national public administration systems to modernize and make it more efficient and cheaper. These efforts are contained in the doctrine of new public authority, and this doctrine began first in the developed countries, and then this practice was transmitted to transitional countries. One of the basic phases of the doctrine is the privatization of state property, which has developed in a developed world in different ways, since the countries differ in their political, cultural, constitutional, institutional and political characteristics, which led to a different application of the doctrine of the new public authority, implementation of the privatization process.

The Law on Local Self-Government of the Republic of Serbia regulates the functioning of local self-government units and the criteria for their establishment, competencies, bodies, supervision of their acts and work, as protection of local self-government. Local self-government is essentially the right of citizens to manage public affairs of immediate, common and general interest for the local population, directly and through freely chosen representatives in local self-government units, as well as the right and ability of local self-government bodies to regulate jobs and manage public affairs in their jurisdiction and interests for the local population.

Local self-government is realized in municipalities, towns and cities of Belgrade and local self-government units. The unit of local self-government for the realization of its rights and duties and for meeting the needs of the local population can be established by

⁸ Ružić, O., Golubić, H., Latin, M., Klopotan, I., Public management, Technical Gazette 8.4, 2014, p. 462.

enterprises, institutions and other organizations that perform public services in accordance with the law and the statute. In order to meet the general, common and everyday needs of the population in a particular area, local self-government units form local communities and other forms of local self-government. The highest legal act of each local self-government unit is the Statute. The Statute regulates the rights and duties of the local self-government unit and the manner in which they are exercised, the number of Assembly members, institutions, and work of the organs and operational units of the local self-government unit.

The statute of the local self-government unit determines the establishment and work of the local community and other forms of local self-government, the conditions for starting a civic initiative and other issues of importance to the local self-government unit. The local self-government unit has the status of a legal entity. Local self-government units co-operate to achieve common goals, plans and development programs, as well as other needs of common interest, and for the purpose of achieving them, they can pool resources and educate joint bodies, enterprises, institutions and other organizations and services in accordance with the law and Statute. The municipality represents the basic territorial unit in which the local self-government is realized, which is able to independently perform all rights and duties within its competence, and which has at least 10,000 inhabitants.

The municipality, through its bodies, in accordance with the Constitution and the law, adopts development programs, urban plans, adopts the budget and final accounts, determines the rates of original income, regulates and ensures the performance and development of utility activities, as well as organizational, material and other conditions for their performance. The municipality is committed to maintaining residential buildings as well as on the safety of use, and in accordance with the above, determines the amount of the fee for maintenance of residential buildings, carries out the process of eviction of illegally moved persons into dwellings and common premises in residential buildings. The scope of work of the Municipality is also the adoption of a program for regulation of construction land, adoption of programs and implementation of the project of local economic development, as well as guidelines on improvement

of general framework for employment in the local self-government unit. The municipality regulates and ensures the use of office space which it manages determines the amount of the fee for the use of business premises and supervises the use of business premises.⁹

In the jurisdiction of the municipality there are activities in the field of environmental protection. The municipality regulates and ensures the carrying out of tasks related to the construction, rehabilitation and reconstruction, maintenance, protection, use, development and management of local and unclassified roads, as well as streets in the settlement. The municipality also regulates and provides special conditions and organization of car transports, regulates and ensures organization of liner shipping in the territory of the municipality. It is within the competence of the Municipality to define parts of the coast and water area on which hydro-construction facilities can be built and to install craft, establish a commodity reserve and determine their volume and structure.

The scope of work of the Municipality includes establishment of institutions and organizations in the field of primary education, culture, primary health care, physical culture, sports, child care and tourism, establishment of institutions in the field of social protection as well as establishing the fulfillment of conditions for providing social protection services. At the level of the Municipality, norms and standards for the performance of the activities of the founders are established; they adopt regulations on social protection rights and carry out the tasks of the state guardian. The Municipality organizes activities related to the protection of cultural assets of importance for the municipality, encourages development of cultural and artistic creativity, provides funds for financing and co-financing programs and projects in the field of culture of importance for the municipality and creates conditions for the work of museums and libraries and other cultural institutions where represent the founder.

The municipality also organizes protection from elementary and other major disasters, fire protection and creates conditions for

⁹ Nešković, S., Đelić, T. A., Zurovac, D., Possibilities of transformation of local self - government of the Republic of Serbia and implementation of e - government project, Ministry of Defense of the Republic of Serbia: Military Work, 2018, p. 367.

their elimination or mitigation of their consequences. It is within the competence of the Municipality to determine the basis for the protection, use and arrangement of agricultural land and care for their implementation as well as care for the use of pastures. The municipality regulates and determines the manner of utilization and management of sources, public wells and fountains, determines water management conditions, issues water management approvals and water management permits for facilities of local importance, is old and provides conditions for preservation, use and improvement of areas with natural medicinal properties. The scope of work of the Municipality includes incentives and care for the development of tourism, determining the amount of residence, taking care of the development and improvement of catering, crafts and trade, arranging working hours, places where certain activities can be performed and other conditions for their work.

The competence of the Municipality is management of property, use of state-owned assets and care for their preservation and expansion. The municipality regulates and organizes tasks related to keeping and protecting domestic and exotic animals. The competence of the Municipality is the organization and execution of tasks of legal protection of their rights and interests, education of bodies, organizations and services for the needs of the municipality and organization of their organization and work. The municipality supports the development of various forms of self-help and solidarity with persons with special needs and encourages activities and provides assistance to the institutions of the disabled and other social-humanitarian institutions on its territory. The municipality also encourages and supports the development of cooperatives, organizes legal services to citizens, takes care of the realization, protection and promotion of human rights and individual and collective rights of members of national minorities and ethnic groups.

Under the jurisdiction of the municipality are tasks of determining the languages and scripts of national minorities that are in official use, care of public information of local importance and the provision of conditions for public information in the Serbian language and the language of national minorities used in the territory of the municipality. In relation to the aforementioned, the Municipality establishes television and radio stations for the purpose of reporting in the language

of national minorities, which is in official use, reports in the language of national minorities which is not in official use, when such reporting represents reached level of minority rights. The municipality prescribes violations for violations of municipal regulations, establishes inspection services and performs inspection supervision over the execution of regulations and other general acts within the competence of the municipality, regulates the organization and work of the peace councils, regulates and secures the use of the name, coat of arms and other features of the municipality. Municipalities perform other activities of immediate interest for citizens, in accordance with the Constitution, the law and the statute. The municipality can perform as entrusted tasks and certain tasks of inspection supervision in the fields of education, education, health, environmental protection, mining, goods and services, agriculture, water management and forestry and other inspection activities in accordance with the law.¹⁰

The city is a unit of local self-government, which represents an economic, administrative, geographical and cultural center of a wider area and has more than 100,000 inhabitants. When there are special economic, geographical or historical reasons, it is established that the city and territorial unit with fewer than 100,000 inhabitants. The territory of city represents a natural geographic entity and an economically connected area that has built communication between populated cities with city's seat as a gravity center. The city performs the competencies of the municipality, as well as other competences and tasks of the state administration, which are entrusted to it by law. The city, among other things, educates the communal police, provides and organizes the performance of communal police affairs, in accordance with the law. The statute of city envisages education of two or more city municipalities in the city. The statute of city regulates tasks within competence of city carried out by the city municipalities. The position of the city of Belgrade is regulated by a special law.

The framework of electronic administration development in the Republic of Serbia has been established by defining the strat-

¹⁰ Nešković, S., Some important aspects of political processes and reforms in the Republic of Serbia in the conditions of transition, *Politička revija*, Beograd: Institute for Political Studies, 2005, p. 46.

egy and adopting legal acts. In accordance with the strategic documents and laws regulating this area that are applied in the territory of the Republic of Serbia, guidelines have been established as follows:

The strategy of development of electronic administration in the Republic of Serbia for the period from 2009 to 2013

- Action plan for the implementation of the Information Society Development Strategy (2013-2014). It is part of the Information Society Development Strategy until 2020, which is harmonized with EU regulations and contains concrete activities for the advancement of the information society including the areas of eGovernment, the application of information and communication technologies in education, science, culture, information security,

- The Digital Agenda of the Republic of Serbia. It consists of the Strategy for the Development of the Information Society and the Strategy for the Development of Electronic Communications in the Republic of Serbia until 2020. It was modeled on digital agenda of the EU, which is one of the seven key initiatives of the EU 2020 Strategy and is one of prerequisites for return of the Republic of Serbia to global market and development of competitiveness.

- National Interoperability Framework. It was adopted in January 2014, thus facilitating multi-level interaction as well as possible re-use of applications and information in public sector. In accordance with the Action Plan, the Directorate for Electronic Administration is preparing the List of Interoperability Standards.

- UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities. International Convention on the Rights of Persons with Disabilities, as well as the Government's Conclusion on Adoption information on need to facilitate access to information in electronic form of state authority bodies for persons with disabilities provides legal framework for e-Accessibility in terms of adapting electronic content to persons with disabilities.

- Law on State Administration. The provisions of the Law on State Administration determine, as one of basic principles of functioning of public authority bodies, the publicity of their work.

- Law on Local Self-Government. The provisions of the Law on Local Self-Government regulate, inter alia, the obligation of the bodies and units of local self-government to inform public about their work through the media and in another appropriate way in the Serbian language and the language of national minorities used in terri-

tory of the municipality as well as for the citizens in realization of their rights and obligations provide the requested information, explanations and notifications.

- Law on Free Access to Information of Public Importance. The provisions of the Law on Free Access to Information of Public Importance regulate right to access information of public importance to public authorities. In order to achieve and protect interests of the public in 2005, the institution "Commissioner for Information of Public Importance" was established.

- Law on Personal Data Protection. The Law on Personal Data Protection prescribes jurisdiction in personal data protection activities, which institutionalizes a new state body, more precisely extends the competence of the former Commissioner who becomes the "Commissioner for Information of Public Importance and Personal Data Protection".

- Instructions for preparation and publishing of the State Authority's Informant on work of the state body, adopted on basis of the Law on Free Access to Information of Public Importance, regulates the manner of drafting and publishing of the Informant on work of state administration bodies, territorial autonomy bodies, local self-government bodies and organizations entrusted with public authorizations, among other things, obligation to publish the Information Worker on the Internet or web-presentation of state administration bodies, territorial autonomy bodies and local self-government units. The authority that does not own does not lease and does not use the web presentation, is obliged to ask another appropriate authority to publish the Informator on its web presentation.

- Rulebook on anonymization of personal data. The Rulebook regulates the manner of publishing personal data on natural persons, but data relating to officials and employees in authority in connection with the performance of their work (name, surname, position, official contact data and the like) are not subject to anonymization. (Guidelines for making web presentations of state administration bodies, territorial autonomy bodies and local self-government units in 5.0)

The bodies of the Republic, territorial autonomy and local self-government units, in order to exercise their rights and duties, cooperate with each other in accordance with the Constitution, law and

other regulations. The organs of the Republic and territorial autonomy supervise legality of work and acts of bodies of local self-government unit, in accordance with the Constitution and law.¹¹

According to the estimates of the Ministry of Public Administration and Local Self-Government in the introduction of eGovernment in the Republic of Serbia, it is late between 15 and 20 years, and digitization and capture of the connection with the fourth industrial revolution is one of the priorities of the Government of Serbia and thus the introduction of electronic administration. In connection with the aforementioned, electronic services such as electronic payment, electronic signatures, electronic building permits, electronic archiving and registers are introduced in a consistent manner. Recognizing importance of digital transformation, the Government has established the Information Technology Council, which deals with information technologies, digitization, open data and eGovernment, while also intensifying the development of infrastructure and public sector restructuring, “without fiscal pressure” with a special emphasis on optimization in public administration.

In order to establish an efficient state administration, a regulation was adopted on maximum number of employees in the public sector at both republic and the local self-government level, which would not imply a linear decrease in number of employees. In the process of rationalization and optimization of public administration, whose goal is to reduce the number of employees to a sustainable number, from January 1, 2014, when decision on banning employment was made, public administration was reduced by 24,156 citizens, and the number of employees is 37,904. After the rationalization phase, which is at the end or has already been completed, is followed by a reinstatement of state administration. The introduction of eGovernment is also important for an efficient, transparent public service and fight against corruption, which is best seen in the case of issuing electronic building permits.

Analysis of the personnel structure indicates the need for training employees in local self-government. Two sets of needs have been

¹¹ Law on Local Self-Government “Official Gazette of the Republic of Serbia”, No. 129/2007, 83/2014 - other law and 101/2016 - other.

identified and these general needs are related to leadership skills, modern human resources management techniques, performance management, project management, local economic development and urgent needs related to administrative procedures, audit, public property management, waste water management and solid waste, electronic administration, financial management, public procurement, etc.

It is also evident that the standardization of the conduct of local governments towards citizens and economy through development of a model of administrative procedures at local level is necessary in order to unify administrative procedures, more efficient work and better implementation of legislation, including the new Law on General Administrative Procedure whose full application will begin June In 2017, six institutions will be networked - the Ministry of State Administration and Local Self-Government, the MIA, the Central Registry of Compulsory Social Security, the PIO, the Tax Administration and the National employment service. It is estimated that those documents that citizens are most likely to be able to get at "one-click" and that this law is applied completely at least for these documents, which is an excerpt from register of births and marriages, a certificate of permanent residence, a certificate of citizenship, certificate of settled tax obligations, certificate of status of unemployed persons, certificate of the status of the insured person and personal income statements. One of the problems is the fact that a number of local self-governments have not succeeded within the deadline, i.e. by the end of 2016 to transfer their registers into an electronic form. The fact is that there is not everywhere the same situation for municipalities when it comes to fulfilling these obligations, but that trends are as good as any reform cannot come to life if it does not involve local governments and that additional efforts should be made to transfer data into electronic form.

By defining the continuous and efficient development of eGovernment with the increase in the number of e-services available as a priority, there is also a need for the creation of an Interactive Center. An interactive center is established with the aim of supporting the reduction of the digital gap in Serbia, thus creating basis for faster introduction of electronic administration and wider use of electronic services by a large number of citizens and public officials. The Interactive Center will organize online internet training for older citizens

so that all categories of population can use electronic services that give citizens convenience to run administrative affairs without going to counter. In addition, this Interactive Center will organize trainings for employees in local governments, IT seminars and will have free access to the Internet for their users.

Within the framework of public administration reform, one of priorities of the Ministry is the establishment of the National Academy for Civil Servants as umbrella educational institution that will work on the professional development of employees in state administration. The Academy will play a key role in planning and selecting personnel, rewarding and career promotion systems, training of employees and integrating the individual into the team, as well as the integration of teams into public administration institutions. The Academy will be independent, and its work will be monitored by the Ministry of State Administration and Local Self-Government. The key change that the Academy will bring is efficient and professional provision of services to citizens and businesses, with transformation of work of public servants into service to service users. The Academy will train civil servants with basic skills and additional knowledge, such as the application of laws and regulations, rules and procedures in work. In addition, the Academy will work on adopting techniques and communication skills and leadership skills. It is important to emphasize that the Academy will provide knowledge on how electronic administration will come to life in its entirety, because electronic services will change the way public officials work and certainly influence the behavior change towards service users, i.e. citizens and economy. This concept will introduce mandatory education for public officials at all levels - in republic and in local self-governments.

2. Implementation of Information and Communication Technologies and eGovernment

Modern electronic communications networks should provide data transmission to large flows on main routes, as well as broadband Internet access to each user. The transmission of information to large flows ensures rapid development of interactive and multimedia services, to which user accesses independently of his location. Application of new access technologies improves the quality of life by simplifying communication, easier and faster access to information, access

to new forms of entertainment and improvement of cultural life.¹²

From aspect of eGovernment technology refers to use information technologies by public administration institute, which have relations with citizens, business associations and other branches of public administration (ministries, agencies). Information and communication technologies also eliminate barriers between employees, i.e. increasing their integrity and interaction with each other while each individual is anywhere; information from a certain area can be available, which increases flexibility and dynamism of institutions. New technologies have a strong impact on scope of competitiveness, while information systems allow companies to coordinate activities that generate value even at remote geographic locations. So, technological innovations create a competitive advantage. Today, a large number of professions depend on information technology and technological awareness as key skills for professional success. Technological awareness can also be helpful in improving everyday life. Organizations that do not now have new technologies, especially the Internet, are considered traditional and obsolete. In a large number of cases, partnership is conditioned by introduction of this powerful technology. Information and communication technologies have changed traditional organizations, commercial, banking and financial sectors and minimized importance of location as well as depth of organization. The Internet creates a greater potential for faster and better performance of all types of management, because it enables faster, but also better communication with associates. Information and communication technology has a special impact on small and medium-sized enterprises, giving them greater chances for success.

Possibilities of implementing information and communication technologies in business systems in the Republic of Serbia are high. Information and communication technologies have possibility of applying in state authority, health systems, educational institutions and at corporate level. Application of information technologies is also inevitable for storing and analyzing information that management has at its disposal. New technologies also allow send-

¹² Development Strategy for Electronic Communications in the Republic of Serbia from 2010 to 2020.

ing of large number of information, over long distances within a short period of time. This allows companies that use electronic technologies in their business to generate significant savings in operating costs efficiently perform their tasks and be more competitive on the market. The application of new technologies leads to a reduction in operating costs, reducing errors, saving time, reducing volume of human work, and increasing accessibility and exchange of information. Prerequisites for the successful implementation of such technologies are regulations on electronic business and electronic signature, widespread use of the Internet, developed telecommunication infrastructure, acceptance of electronic business by management, financial investments for introduction, etc.¹³

Electronic data exchange has enabled sending and receiving documents in standard electronic form via networks, as well as diversity of business and only business has become significantly more economical. Electronic commerce has led to changes in many spheres, as evidenced by emergence of e-commerce, such as: electronic commerce, e-banking, e-government, e-marketing, e-education and others. This development, among other things, brings revolutionary changes in functioning of banks and other financial institutions, which best illustrates emergence of virtual banks that do not have physical branches and where needs for number of employees are minimal, as well as increasing use of electronic money.

The ways in which information and communication technologies have their influence on the social and daily improvement of quality of people's lives are numerous, so an increasing number of companies decide to create an on-line training system, through which interested stakeholders can learn about how to use certain products and services. Most companies and institutions are currently using information technology in employee training programs intensively.

Communication infrastructure for eGovernment is based primarily on communication and computer networks of local self-government units. In the past, isolated local networks were dominated by different technologies with a minimum level of manageability without a quality and permanent Internet connection. The Internet

¹³ Dušanić, J., Neoliberalism, transition and crisis, Belgrade Business School, 2013, p. 45.

as a source of information was used to a very small extent and as an infrastructure for interconnection of local self-government units and their connection with the republic authorities and local self-government bodies was not recognized. Computer equipment was reduced to PCs of relatively low capacity and no application software infrastructure of any type was used (database management systems, electronic document management systems, etc.). Implementation of the eGovernment project, among other things, set principles of development of communication infrastructure through the project of development of computer communication infrastructure and project of development of network in local government units.

Network as a technical component covers data transfer details, such as network protocols, a key area for interoperability. These include: Network Protocols, Directory Protocols, File Transfer Protocols, Mail Transfer Protocols, Registry Services, Time Protocols, Time Protocols, Messaging Transport, Messaging Formats, and Digital Radio Communications.

The standards in application in the field of data exchange and processes are: UNICODE (Standard for coding) HTML - Hyper Text Markup Language, Schema Definition Languages (XML - Extensible Markup Language Languages for defining the schema), Document Type Definition - DTD, XML Schema, Structured Data (XML), Batch / Bulk Data (XML), File Compression (ZIP) and File Archiving (TAR - Tape Archiver). Access and presentation as a technical component includes standards and guidelines through which users access business systems. These include: Web site presentation (using HTML, XHTML, GIF, JPG, PDF, etc.), Web design and maintenance, forms, authentication standards (online services, identity evidence, etc.)

The basic protocols on which the internal administrative services and users are based are Telnet - internal users TFTP - internal users, FTP - internal and external users, HTTP - internal and external users, HTTPS - internal and external users, SSH - internal users, SNMP - internal users, RADIUS - internal and external users and DNS - internal and external users. External administrative network services include all services that, from the point of view of the necessary resources, cannot be fully realized within the private network of local government unit. External administrative services are standard network services designed to access data and exchange data relevant

to network maintenance. The basic protocols on which the external administrative services are based are: WWW FTP. Other protocols for external administrative services can be used as needed.

In the communication infrastructure of most local government units at transmission level, Internet protocols can be used at the physical level using standard defined interfaces with support of a minimum data rate of 100Mb / s for local computer networks, Internet protocols that at the physical level use standard defined interfaces with supporting a minimum data transfer speed of 10Mb / s, to connect network points in a radius of up to 10km, if there are communication prerequisites as well as a part of the protocols of transfer level of proto family ola PPP to connect via WAN links. To achieve WAN connectivity, available technologies, such as xDSL, ISDN or Frame Relay, are used.

The current trends in the development of computer communications in communications infrastructure at network level, point to use of IP version 4 protocol in a way that will allow a simple transition to IP version 6. At the transport level, the TCP and UDP protocols can be used. NetBIOS protocol and supporting services can be used exclusively in IP encapsulation and via TCP and UDP protocols. In order to allow distribution of workgroups and / or domains across multiple logical network segments, covered by different IP subnets, and to retain the ability to review available resources by users, those users requiring such distribution within their logical local area network should WINS service is used, with the appropriate configuration of all client computers.

Network architecture must enable client or user to exploit the network's resources in accordance with their needs. The only constraints to user are those whose circumvention affects performance, security, or integrity of entire network. The Network Maintenance Operations Department should be able to monitor and manage network resources, taking into account both user requirements and optimal functioning of entire network.

Introduction of logical architecture is done using hierarchical IP addressing within network, VLAN technology, VPN technology, hierarchical name organizations. When introducing these measures, physical layout of users, functions and services that the infrastructure must support and expansion capabilities must be taken into account

without disturbing existing logical architecture.¹⁴

- Hierarchical IP addressing. - A detailed plan for use of address range, function for maintaining and developing network, assigns parts of address IP range to individual organs and functions. Users who are part of a local self-government unit use address range assigned to authorities and functions of which they are a part and can further share allocated address space as needed, but only with knowledge and approval of the network maintenance function, so that necessary parameters for network operation can be to adjust to equipment in hub. Users who are not administrative authorities may use special ranges within address plan envisaged for network support services available to user organizations that are not part of local government unit. This address range defines function for developing and maintaining a network of local government units. Users who do not want to use a network node to communicate with other network segments can apply an address plan that suits them.

- Virtual Local Computer Networks - VLAN. - Local networks of user and maintenance organizations, and, where appropriate, specific functional units within these networks should be logically separated. Separation is achieved by defining a VLAN for each logical unit. The end user's belonging to appropriate VLAN is realized by connecting to a user terminal that is pre-assigned to the VLAN of the user or using virtual private networks (VPN) as a result of authorization based on authentication parameters passed by user to the server. Each VLAN encodes a separate IP address range that assigns a maintenance function based on a predefined address space allocation. By using VLANs and type of IP address space, the Private address space assigned by network maintenance function (allocated address space) and address space independently determined by the user (their own address space) are separated. There is also a division by number of VLANs that a user uses (one or more). In the case where an address space is assigned and one VLAN, communication with other users, access to common services and external networks

¹⁴ Štimac, V., Lazarević, M., Context of Public Governance and Reform in Serbia, Belgrade Fund for Political Excellence, Team for Social Inclusion and Poverty Reduction, Belgrade, 2013, p. 67.

is possible through devices in the network hub. In the case of one's own address space and one VLAN, communication with other users, access to common services and external networks is not possible via devices in the network hub. When there is a situation assigned address space and multiple VLANs, routing between VLANs is possible either on devices in the hub or on equipment of the user. In the case of own address space and multiple VLANs, routing between VLANs is possible only on equipment of the user. The minimum required VLANs are: VLAN of active communication equipment and devices for continuous power supply, VLAN stations for monitoring and managing the network, VLAN shared internal servers, VLANs for wireless networks, VLAN public servers, VLAN access server as well as VLAN for connection with Internet.

- Virtual Private Networks - VPN. If there are users who are organically belonging to a local self-government unit but are physically located in facilities where there is no private network of local government units or communication links that are used to connect the hub of the authority or between dislocated users and central node are not under full control, it is possible for users to provide identical services as well as in case of using a private network. This can be done by implementing virtual private network (VPN) technology. VPN technology, in the case of communication infrastructure of a local self-government unit, is used to make a site-to-site connection in case there is a private network in the facilities, but the communication link between facilities is not under full control. VPN connection of remote access VPN is implemented in case when dislocated user, located in an object in which there is no private network of the local authority of the local government unit, connects to private network of the local self-government unit.

- Hierarchical organization of the name. Maintaining the basic DNS domain of the local government unit is under responsibility of maintenance function. All public services of a local government unit may be available with the names that belong to the basic DNS domain. If there is a need for internal services to be available through DNS, maintenance function should ensure that internal part of primary domain is only available to users from corresponding logical units (defined by the VLAN with corresponding IP address range).

In order to achieve integration with existing information system, software application must meet interoperability requirement with other applications or platforms. The server and client side of application must be based on open-source technologies with ability to be implemented in the client / server architecture. Server part should be multiplatform (Windows based operating systems; UNIX) while the client part must be implemented so that standard web browser is used as a client. The software application should be independent of database and must support connection to existing relevant applications and software systems, minimally at level of import / export of data, or at web service level.

Software architecture is a specification of software components and how to connect them to information system. Software architecture must support functionality required by eGovernment in a distributed Internet-based environment to respect open standards, provide system-specific software functions in narrower sense (operating systems on servers and workstations), infrastructure application functions (SUBP, DMS, ...) and to define the layout of the components of software architecture on client and server computer equipment. By analyzing software architecture of information system from the point of view of establishing the eGovernment service, software specifications for desktop / laptops, server operating systems, databases and web applications can be defined, such as: Operating system: Microsoft Windows - (it offers the advantage of a wide base of already trained users or benefits special contracts with Microsoft Corporation ...), Office software package: Microsoft Office; OpenOffice, Web Browser: Internet Explorer; Google Chrome; Mozilla Firefox. Email Client Application: Microsoft Outlook; Mozilla Thunderbird / MS; Outlook Express. To select an operating system on server configurations, following specifications are: Linux - (distribution for which support and training is available, or its free version) or Windows Server. Some of the free open source databases are: PostgreSQL, MAXDB, MySQL. The most widely used commercial databases are: Oracle, MS SQL Server 2005 and DB 2 (Informix). Specifications for choosing an application server can be free (open source) solutions such as: JBoss or Jakarta Tomcat, and in domain of commercially available application servers: IBM WebSphere or BEA WebLogic. One of the most important basic standards, which are based on most mod-

ern standards for electronic document shuffling, for all types of communication between interoperable systems, is XML.

The introduction of eGovernment implies directing special attention to security and secrecy in order to protect information systems, data and assets in an appropriate manner, and to respect individual rights. Security, in general, refers to protection of information system facilities and control of access to information. The confidentiality refers to right to process personal data with appropriate level of protection. eGovernment also includes a framework for secure information handling. All protection measures in the eGovernment information systems need to be taken in order to minimize possibility of loss of information or their unauthorized change / use, which in certain cases could cause unexpected consequences. It is therefore necessary to develop a solution and define procedures and measures that will enable information and communication security and create mechanisms for their implementation. It is crucial to create conditions for all entities to gain confidence that transactions they perform with the management are reliable, protected and with required degree of confidentiality. Data protection measures in public administration have a significant impact on increase of electronic security in the whole society, but too complicated and expensive solutions can be an obstacle for development and application of new technologies.¹⁵

In implementation of security mechanisms, it is necessary to prevent unauthorized use of personal data that are subject to legal protection, taking into consideration the Law on Personal Data Protection. Security of information communication resources is one of key preconditions for secure communication between all eGovernment participants (G2G, G2C, and G2B). Violation of security can undermine public confidence in so-called eGovernment. Trust is a vital component of eGovernment projects. Without citizens' trust, the eGovernment cannot succeed. Security as a technical component implies inclusion of all layers of system, that is, the unique treatment when designing the whole system from aspect of confidentiality

¹⁵ Nešković, S., Foreign Security Policy of the European Union and the Position of the Republic of Serbia - Case Study, Belgrade: Center for Strategic Research on National Security - CESNA B and Technical Faculty of Bor, 2016, p. 102.

(which ensures that information is accessed only by those authorized to access this information), integrity (ensuring that it is not carried out modifications to information without knowledge and indications that these changes occur), availability (which ensures that authorized users, when necessary, have access to information and related activities), responsibility (monitoring of data access, transactions, make changes to the system ...).

Information security is achieved through the implementation of the Integrated Information Security Management System (ISMS). The information protection system should optimally include: 1. Access control (logical and physical) of all who access the network; 2. Availability of information, systems, networks, devices and necessary personnel; 3. Authentication of users and devices, before giving access to resources; 4. Integrity of information, networks, systems, devices and personnel; 5. Data confidentiality and access to data, only to authorized users; 6. Incompetence of the performed activities and possibility of verification by a third party; 7. Compliance with all relevant laws and regulations. 8. Guidelines for protection and working documents (administrative, user, technical instructions, graphic presentations and check lists, technical bulletins for new protection technologies, etc.). A secure computer network also includes defined elements such as zones, resources, VLANs, DMZ zones, NAT, access server, wireless, proxy servers, VPN, antimalware system, centralized collection as well as analysis of logs in network, physical access control Concerning computer network devices, data encryption.

E-government (e-government) is using information technology in general, in particular e-business, in order to provide citizens and institutions with more convenient access to government information and services (services) and provide public administration services to citizens, business partners and to everyone working in public sector. E-Management means the way in which public management is organized in order to increase efficiency, transparency, ease of access and the ability to respond to demands of citizens and businesses. E-Governance represents form of electronic business of the government and its authorities and refers to delivery of electronic services to various target groups in the public, as well as on business cooperation and government transactions with various organizational entities, such as other government agencies, agencies or partners.

Therefore, the essence of new way of functioning of public administration is electronic business, that is, its direct application. E-Management from aspect of a businessman is a fast electronic registration of the company, arranged, electronically managed cadastre of real estate, public announcement of public procurement procedures or on-line public procurement. E-government from the aspect of citizens is the availability of different information such as new laws and regulations, public works notices, tax assessment, payment of obligations on-line, as well as obtaining various documents. E-Governance is not just providing services over the Internet but it also involves use of other information communication technologies such as call centers, answering machines, fax machines, mobile and SMS technology or a combination of information and communication technologies and traditional procedures (e.g. ordering a birth certificate books born via SMS or the Internet and posting to home address). In addition to appropriate scope of electronic services, successful e-Government system also entails a high level of customer satisfaction.

Establishing a system of information exchange between the authorities and e-government agencies is extremely important for performance of entire e-government system, since it ensures that information is not required additionally from the user for eventual needs of another e-government authority when it enters the system, but is automatically forwarded to all parts of the e-Government, which should process given information.

Basic databases - registers used in e-government systems are: Citizens Register, Register of Legal Entities and Register of Spatial Objects.

As a rule, these registers are organized and maintained by various e-Government entities, but they must provide a way to transparently use these databases by any state authority authorized to do so, as well as on standard interface that ensures full security of said registries. It should be said that administration on the way to electronic goes through five stages of online presence:¹⁶

¹⁶ Nešković, S., Đelić, T. A., Zurovac, D., Possibilities of transformation of local self-government of the Republic of Serbia and implementation of e-government project, Ministry of Defense of the Republic of Serbia: Military Work, 2018, p. 365.

- Presence at the beginning - limited amount of information;
- Enhanced presence - more information related to different spheres of action;
 - Transaction - Two way online information exchange and provision of different services in this way;
 - Transformation - complete integration of processes and transformation of change (joined-up e-government);

M-administration (m-government) is one of directions of e-government development. It represents use of mobile and wireless information and communication technologies in order to improve functioning of public sector institutions. In this case, information and communication technologies are mobile and wireless technologies - mobile and smart phones, tablets, laptops, PDAs (personal digital assistants) connected to the LAN. In this way, e-services of the public sector become available "anytime, anywhere" for citizens. Some examples of this type of communication are: Ministry of Internal Affairs, Parking Service, Citizens' Registration of Legal Violations, Census and Surveys, Tax Debt Notifications, etc. M- Administration also encourages citizens to participate in work of the Public Operations Department by means of messages, informing them of possible violations of the law. M-administration is particularly interesting in developing countries, where internet network is not developed, and number of mobile phone users is growing. M-administration should not be understood as a substitute for eGovernment, but as a supplement. Mobile devices are not suitable for transferring a large amount of complex data. Despite rapid development, however, these devices offer less possibility than computer. For example, one SMS is limited by numbers of characters, and email allows for almost unlimited amount.

The benefits of introducing eGovernment can be seen in general through the following benefits:

- Reducing costs: By providing services available online, costs of various transactions are reduced manually, increasing speed and accuracy in relation to paper management.
- Economic development - technology allows the government to simplify, develop better relations with business institutions and create a positive climate in all spheres of business. Direct impact on development of the economy and market is evident in e-procurement.

- Increasing transparency and accessibility: various information-budgets, income, expenditures, debates, decisions are published ...

- Increasing the availability of services: diversified services, increased availability and content.

- Improving administration work: computerization, financial integration, staffing, cost management and control, data analysis increase efficiency.

- Forming e-society: perhaps the most important segment of eGovernment development, overall progress of society, integration of all citizens towards common goal.

The direct benefits that citizens achieve by introducing the e-Government are that they can do their jobs faster and without waiting, without being in long queues, getting timely and accurate information, or doing a job for which it sometimes takes several days to divide various government institutions i.e. employees in local self-government bodies also benefit from simpler and more efficient mode of operation, information up-to-date and faster communication. The introduction of eGovernment also benefits local government authorities: a) Less pressure on the counter b) Creating a good relationship with citizens gives a picture of something happening in favor of citizens, c) The benefit of the state apparatus is double: savings and satisfied citizens, d) Reducing the costs of business, e) Reducing number of employees in the state administration, f) Eliminating corruption, g) Eliminating abuse in the public procurement process.

The benefits of the economy by introducing eGovernment are following:

- Increased access to information and services,
- Reducing communication and transaction costs,
- Easier, faster and cheaper business.

The data obtained in the research carried out in the European Union show:

- 80% of users consider online services in their countries of good quality, and more than half are satisfied with these services.

- In most cases, time savings (84%) and flexibility (65%) are highlighted as the biggest benefits of on-line services.

- Basic requirement of user was to make services faster and easier than they would do by filling out and submitting forms at counter.

CONCLUSION

Concept of new public governance after it appeared in the UK expanded both to developed and less developed world, yielding very favorable results if it adapted to policy and organization of the state. As we have already mentioned, it is not a unique and rigid model, but an elastic doctrine with basic measures with possibility of upgrading. Bearing in mind experience of countries in the world that have moved far in the privatization process, they point out that there is no single universal model on basis of which privatization would be carried out, and that these experiences show that it is necessary to create a regulatory system before process to restructure public enterprises to a certain level. On this basis, certain public companies should be left, at least in a certain period, owned by the state if it creates economically irrational outcomes with introduction of real or potential competition in existing technology.

The public administration reform in Serbia, with a focus on privatization in the last two and a half decades, has yielded very modest results. Due to the scarce results of privatization, the importance of public enterprises has grown more than in developed economies. The slow process of privatization is affecting both the public and the private sector badly. Privatization so far has not yielded expected results as intentions and goals of its managers have mushroomed. From the point of view of the state, its goal or interest in privatization was creating conditions for further economic growth and development, investment flows, job creation, new markets, increased production and exports, improved living standards, in a word, welfare. However, in practice this proved to be only a list of good wishes, since in a large number of companies there was a termination of contract, disregard of the obligations assumed in sales contract, etc., which led to an unfavorable environment (corruption, gray economy) in which it took place privatization.

There are a number of negative factors and impacts, both internal and external that has affected economy and the state of Serbia throughout transition period, especially during the 1990s, which led to slowdown and inconsistency of the reform process. Decline of socialism did not lead to creation of a modern market economy, but the system began to collapse and break. As far as paradoxically sound, today's more unfavorable situation in the economy than it was in 2000,

because the state property is a sale, large debts were created abroad, and accordingly, a large inflow of foreign currency reserves is directed towards spending. This is the so-called “white economy”. It comes down to the sale of the fatherland, the borrowing of neighbors and the spending of money in limpers and taverns. When we summarize the results of the process of privatization of public enterprises, they are modest, unfavorable, and the process is at a slow pace and it is still not completed, the inflow of revenue for process of such a scale is insufficient, and these funds have been used in the right way instead of being used for investments, they went to consumption.

LITERATURE

1. Christoffersen, H., Paldam M., Privatization in Denmark, 1980-2002. Cesifo Working, No 1127, Category 9: Industrial Organization, 2003.
2. Dragašević, M., Privatization of State Enterprises in Eastern European Countries, Privatization of state-owned enterprises in Eastern European countries, Luča XII / 1-2, 1995.
3. Dušanić, J., Neoliberalism, transition and crisis, Belgrade Business School, 2013.
4. Manojlović, R., Croatian model of new public management, Croatian public administration, year 10, no.4, 2010.
5. Mateljak, Ž., Gjurković, S., Implementation of the concept of New Public Management in the function of increasing the efficiency of public administration in the Republic of Croatia, Zbornik Univerziteta u Dubrovniku, Dubrovnik, 2016.
6. Milenković, D., Public administration - selected topics, Faculty of Political Sciences, Čigoja štampa, Belgrade, 2013.

7. Nešković, S., *Security and Reform in Serbia*, Institute for Political Studies, Belgrade, 2006.

8. Nešković, S., *Some important aspects of political processes and reforms in the Republic of Serbia in the conditions of transition*, *Politička revija*, Beograd: Institute for Political Studies, 2005.

9. Nešković, S., *Contemporary concept of economic development of the countries of Southeast Europe with emphasis on IPA funds and Bosnia and Herzegovina*, International Conference "Contemporary Economic Trends in the Countries of South East Europe with a Special Focus on Bosnia and Herzegovina, Proceedings Proceedings, Travnik: International Travnik University 20-21.2014.

10. Nešković, S., Đelić, T. A., Zurovac, D., *Possibilities of transformation of local self - government of the Republic of Serbia and implementation of e - government project*, Ministry of Defense of the Republic of Serbia: Military Work, 2018.

11. Nešković, S., *Business Diplomacy and Legal Regulations in the Context of European Integration of the Republic of Serbia*, Proceedings no. 15. "Serbia on the Road to the European Union", Belgrade: Center for Strategic Research on National Security - CESNA B Belgrade, 2015.

12. Nešković, S., *Lobbying and action of interest groups in the European Union with a special reference to Serbia - case study*, Proceedings no. 18. "Education and social development of Serbia with emphasis on Bor and Eastern Serbia", Belgrade: Center for Strategic Research on National Security - CESNA B Belgrade and Technical Faculty in Bor, University of Belgrade, 2016.

13. Nešković, S., *Foreign Security Policy of the European Union and the Position of the Republic of Serbia - Case Study*, Belgrade: Center for Strategic Research on National Security - CESNA B and Technical Faculty of Bor, 2016.

14. Nešković, S., *Geostrategic Position and Security Synergies of the Black Sea Region through Cooperation with the European Union*, Cross-Border Book Series "New Challenges to the Security and Development of the Balkans" Vol. 5, Cross-Border Cooperation, Security and Development Perspectives of the Black Sea Region, St. Cyril and St. Metodij University of Veliko Turnovo, Bulgaria, 2018.

15. Nešković, S., Ketin, S., Šećerov, P., Đelić, T., A., International Politics and Ecology: A Focus on Environmental Protection, Frensenius Environmental Bulletin - FEB, Vol. 27. No 11/2018.

16. Paunović, B., Privatization of public enterprises in Serbia, Singidunum, Belgrade, 2009.

17. Perko - Šeparović, I., New public management - British model, Political thought, Vol XXXIX, no.4, 2002.

18. Pusić, E., Public administration and social theory, Faculty of Law in Zagreb and Social Polytechnic in Zagreb, Zagreb, 2007.

19. Ružić, O., Golubić, H., Latin, M., Klopotan, I., Public management, Technical Gazette 8.4, 2014.

20. Stančetić, V., Reform of state administration at the beginning of the 20th century, 2012. Retrieved 16.05.2019. with <http://gogol.rs/pdf/reforma%20drzave.pdf>

21. Stančetić, V., Privatization - yes or no, Danas, 2015. Retrieved 10.05.2019. from http://www.danas.rs/danasrs/dijalog/privatizacija_da_ili_ne_.46.html?news_id=313454

22. Strategy of public administration reform in Serbia, I. Introduction, "Official Gazette of the Republic of Serbia, No.55 / 05, 71/05 - correction, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 - US i 72/12 ", Belgrade, April 23, 2014.

23. Štimac, V., Lazarević, M., Context of Public Governance and Reform in Serbia, Belgrade Fund for Political Excellence, Team for Social Inclusion and Poverty Reduction, Belgrade, 2013.

AUTORS PREZENTATION:

Slobodan Nešković PhD is a full professor at the Faculty of Economics and Management of University Business Academy in Novi Sad and visiting professor at the Faculty of Political Sciences, Faculty of Security in Belgrade and other higher education institutions in Serbia. It is also a visiting professor at the Faculty of "St. Cyril and Methodius" Veliko Trnovo, Bulgaria and at the International University of Travnik, Bosnia and Herzegovina. Basic studies finished in Zagreb, master's degree and doctorate at the Faculty of Political Sciences in Belgrade. He is the author of 12 books, textbooks and monographs. Next to that has published 157 scientific and expert papers in the country and abroad. He is the founder and director of the National Association "Center for Strategic Research of National Security - CESNA B" in Belgrade which cooperates with a large number of international and domestic institutions. He is the head of two scientific projects. Organizer is a 78 scientific and professional conferences of international and national significance. He is the publisher and chief editor of 16 Conference proceedings "Security in the postmodern ambience". He is also regular member of the Ukrainian Technological Academy UTA in Kiev, Ukraine, and he was elected as a Professor of Honoris Causus of the University of St. Cyril and Methodius in Veliko Trnovo, Bulgaria.

SOCIAL - ECONOMIC AND SAFETY ASPECTS OF REHABILITATION OF PUBLIC AUTHORITY WITH THE OPINION ON THE PRIVATIZATION OF THE COMPANY

DR Sunčica Stanković,

*Center for Strategic Researching and National Security -
CESNA B, Belgrade, Serbia*

MA Ratomir Antonovic,

*Faculty of Law, Security and Management "Konstantin Veliki",
Union Nikola Tesla University in Belgrade, Serbia*

MA Ilija Životić,

International Police Organization Belgrade, Serbia

Abstract: The reorganization of public authority is a fundamental postulate of eliminating existing social controversy and improving the state of every state creation. Regarding the prosperity systems of the European Union, the reform should provide a modern, depoliticized, efficient and professional administration designed to serve the population. The transformation project includes a detailed analysis of the situation, the detection of anomalies and radical changes in all areas of public life. In the implementation of the reorganization, a significant segment signifies reforms of public sector companies and privatization as the most represented model of this process. There are different modalities of privatization that should enable economic efficiency, cost reduction, investment flows and the acquisition of new knowledge. The sale of enterprises as its most common form implies the emergence of corruption and other security challenges. Comprehensive trends of innovation in management involve the application of standards, that is, the prescribed measures of protection of secrecy and information security. The introduction and functioning of the modern eGovernment paradigm initiate the mandatory implementation of adequate modern methods of information system security.

Key words: Reorganization of Public Administration, Socio-Economic Development, Security, Corruption, Population, State, Privatization of Companies

Data protection measures in the public administration have a significant impact on the increase of electronic security in the whole society, but too complicated and expensive solutions can be an obstacle for the development and application of new technologies. In the implementation of security mechanisms, it is necessary to prevent the unauthorized use of personal data that are subject to legal protection, taking into consideration the Law on Personal Data Protection. Corruption is the biggest problem in post-transition countries. In such underdeveloped and poor countries, where there is a low level of economic freedom, the degree of corruption rises to an incredible 71%. The conditions and processes in which specific countries were created were a suitable ground for the occurrence of corruption. When restructuring and privatization of state property began in the late 1980s and early 1990s, not only in our country but in many countries, privatization was considered a drug against many problems. In the long run, it should have been an anti-corruption therapy, since it takes away certain resources from the hands of a state that is otherwise the main generator of corruption. Privatization can bring about a reduction in corruption by transposing effects from the amorphous and opaque public sector to the transparent discipline of the race for profit that is characteristic of the private sector. However, the results of privatization in transition countries have shown not only that corruption has not been eradicated, but also that the level of corruption has increased. Transition countries find it very difficult to attract foreign investors, and even if this is achieved in most cases, large sums of money from investments end up in the hands of unsatisfied public servants and politicians. Privatization in many countries has been an ideal basis for numerous corruption

scandals. Thus, in Russia, oligarchs, robbed and stripped state property by bringing state enterprises to bankruptcy. “Challenges” of corruption in the privatization process did not affect Serbia, in which this phenomenon causes economic inefficiency, irrational allocation of resources destroys social values and destroys civil society.

The privatization process was initiated several decades ago, in the United Kingdom, by Margaret Thatcher and her government. This is a global process that did not affect only the former countries of the socialist bloc, but also the developed countries. The goal of all countries is to get rid of state-owned enterprises, only some do it slower due to the enrichment of individuals or narrow circles, as well as for more favorable sales, all under the fold of national treasures. Privatization or the reduction of the role of the state, or the transfer of numerous state functions to the market, is one of the basic phases of the PMF. In the initial phase, when privatization realized in its widest sense, as the sale of state property to private individuals, it encountered several contradictory opinions and ideological opposition, but at a later stage when the process of its implementation started, it was accepted with general consent and led to numerous positive consequences. Numerous empirical research and economic history of various countries in the world show that private companies are more efficient and more profitable than public ones. Megison and Neter came up with such results, noting that private companies increase capital investment and become financially healthier. In the last decades, especially the last two, enthusiasm for state-owned enterprises has been falling steadily throughout the world. The privatization process took with him over 75,000 victims, both in transition countries and in the developed world.

Privatization and transition are essentially a redistribution of wealth and power, which can lead to poor or lesser outcomes. The task of the state in the transition process is to lay down legal rules within which companies can conduct privatization and monitor and control whether the pre-set rules are respected. When it comes to privatization in Serbia, it formally dates back four centuries. For that long period, the views and views of privatization changed, at first, it was viewed as a necessary evil, which was associated with robbery, so that in the late 1990s this view changed drastically and privatization was seen as a cure for all problems of the Serbian economy. This

euphoria has floundered today because the solutions did not yield the expected results, and again it has to prove that private ownership is more efficient and productive than the state (social).

1. SOCIAL - ECONOMIC ASPECTS OF REORGANIZATION OF THE PUBLIC AUTHORITY

In a developed part of the world to achieve a democratic concept of the state and public authority, institutions evolved over a dozen and a hundred years to reach effective and reasonable forms. On the other hand, as the basic feature of transition and political dynamics in Serbia, in the first decade of the 21st century, it is reflected in the perseverance of the division into the «patriotic bloc» and «reform block».¹ Beginning in 2000, the «Reformation Bloc» has sought to compensate for a historical delay by using good economic and political concepts, and implement a quicker reform and establish new democratic and capitalist institutions.²

Participants of the changes that took place in 2000 demanded the overall democratization of society, including economic reforms and the opening up of the economy to the market. The fundamental goal of reform processes in the field of public authority is to replace existing ways of organizing and functioning public authority with more efficient public authority, reducing the role of the state and giving more opportunities to the market with superior mechanisms for efficient supply of public goods and services. One of the mechanisms for achieving this goal is the model of «new public governance», which starts from the assumption that inevitability is business on the market principles and in meeting the growing demands of the economy and citizens for more efficient service delivery, only the entrepreneurial-oriented public administration can respond. The advantages of this model are reflected in privatization, contracting and improving the efficiency and quality of public authority. In this model, public institutions adopt managerial skills and practices that

¹ Marković, V., *Forms of Liberal Extremism in Serbia* ", Through Transition - Contributions to the Privatization Theory, AKM, Novi Sad, 2011, p. 215.

² Begovic, B., et al., *Four Years of Transition*, Center for Liberal - Democratic Studies, Belgrade, 2005, p. 9.

are present in the private sector, which is transmitted to values of efficiency, effectiveness, and economy.

The current framework of public authority orientation and its activities requires radical changes both in organizational terms and in functional changes in methods and technology, depoliticization, increasing professionalism, accountability, and introducing standards in the personnel selection of administrative staff. Without these basic changes, the administration is not able to satisfy the needs of a state governed by law, whose construction presupposes the concept of modern public authority. What public authority reform represents is the introduction of changes within the public sector organizations, which aim to improve their functioning, ie business. The public sector in the Republic of Serbia is inefficient and low productive, irrationally set up with numerous problems that have been increasing and complicated for years. In order for the transition process in the Republic of Serbia to produce results, in order to successfully lead and come to an end, the change in the functioning of the public sector in the function of continuous improvement of its work is inevitable, as this is one of the most important preconditions for economic recovery and economic growth in general.³

The democratic changes that took place in 2000 and the election of the first democratic government in 2001 represent a milestone and a starting point for a transition. The initial transition to some extent was also included in the administration since the Government of Zoran Djindjic realized the necessity of the reform of public and state authority, all to obtain a professional, modernized, depoliticized and efficient administration. Although there were a great desire and need for public authority reform, often there were obstacles and «brakes», and one of the main «brakes» was the 1990 Constitution, which reduced the state administration's affairs only to the exercise of power, or rather «Enforcement of laws and other regulations». However, the reform had to continue. Designing the flow and dynamics of public authority reform resulted in the 2004 Govern-

³ Veselinović, P., Public Sector Reform as a Key Determinant of Success of the Transition in the Economy of the Republic of Serbia, Economic horizons, May-August 2014, Volume 16, Volume 2, p. 141.

ment of Serbia adopting the Public Administration Reform Strategy in Serbia, which was based on the concept of «... administration as a civil service, not as a powerful tool of government».

The Government of Serbia's Public Authority Reform Strategy was adopted by the Government of the Republic of Serbia in October 2004. The general goal of public administration reform is to further improve the work of public administration, in accordance with the so-called The European administrative area, that is, providing high quality services to citizens and businesses, and creating such a public authority in the Republic of Serbia that will contribute to economic stability and increase the living standards of citizens.⁴ «To achieve the goals, the Government of Serbia pledged that the implementation of the reform will be guided by the following basic principles: decentralization, professionalization and depolitization, rationalization, coordination, and modernization. Under the great pressure and influence of the International Monetary Fund, the government had to proceed with rationalization measures in the state administration, to reduce public spending.⁵

An integral part of the Public Authority Reform Strategy, Law-Legal Strategy, pointed to the necessity of reforming the legislative framework, to create the conditions for the creation and implementation of the principles mentioned above. The reform of the legislative framework, according to this strategy, implied the adoption of a set of laws, which lay down the basis of state administration in Serbia. The Law on State Administration and the Law on Civil Servants, as well as a set of laws related to the control of the legality and regularity of their work, have been adopted as two basic laws for the start of the reform of the state administration - the Law on General Administrative Procedure, the Law on Administrative Disputes and the Law on Ombudsman.⁶

⁴ Public Administration Reform Strategy in the Republic of Serbia, I. Introduction, "Official Gazette of the Republic of Serbia, no. 55/05, 71/05 - correction, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 - US and 72/12, Belgrade, April 23, 2014.

⁵ Nešković, S., Đelić, TA, Zurovac, D., Possibilities of Transformation of Local Self-government of the Republic of Serbia and Implementation of E-Government Project, Ministry of Defense of the Republic of Serbia: Military Work, 2018, p. 17.

⁶ Nešković, S., Đelić, TA, Zurovac, D., Possibilities of Transformation of Local Self-government of the Republic of Serbia and Implementation of E-Government Project,

What is the ultimate goal of the Strategy are the results it brings, which can be seen through the degree of realization and building of principles that the Government has committed to adhering to? Through an overview of the implementation of the Public Authority Reform Strategy and the Action Plans adopted for its implementation, we can notice the clear outcomes we have received from this Strategy. Thanks to the overview of the realization, we see how the application of the principle has arrived, and what are the further possibilities for applying the foreseen principles.

Concretely, as far as the principles of decentralization are concerned, the progress is very slow, but in the future, it is certain, because the envisaged changes in the legal solutions in this area are largely achieved according to the plan, which provides a good normative framework for further advancement. The results in the field of professionalization and depoliticization are planned to be achieved through the improvement of the civil service system at both levels (central and local), as well as through systematic professional development of officers. The Law on Civil Servants, which was enacted in 2004 in this period, has been amended, which has led to the establishment of a normative framework for the efficient improvement of the work of civil servants. To professionalize and improve the employees, the Training Center of the Government was established and a training program was adopted. However, coordination between training institutions was poor, so the Training Center did not achieve significant results. Regarding rationalization, activities are mostly realized, and the greatest success is achieved in the field of European Union funds management.⁷ However, research shows that there is still a problem of duplication of the same or similar positions in several organs and that the structure of employees is still inadequate. In the field of public policy coordination, success is difficult to measure, because certain initial steps have been made, but this is only the root of the upcoming activities of designing, implementing and directing

Ministry of Defense of the Republic of Serbia: Military Work, 2018, p. 24.

⁷ Štimac, V., Lazarević, M., Context of Public Governance and Reform in Serbia, Belgrade Fund for Political Excellence, Social Inclusion and Poverty Reduction Team, Belgrade, 2013, p. 23.

government public policies.⁸

When examining the consequences and results of the Public Authority Reform Strategy, in addition to all good parties, which represent a zero point, or a turning point in the reform of public authority, its numerous shortcomings are also evident, primarily in the implementation of the Strategy. In addition to some non-governmental projects supported by the EU, the Government of Serbia has not produced any reports on its implementation. Like many laws, this Strategy has also remained a dead letter on paper, which is not binding on anyone. It represented only one foreign-political move, to prove to the world and show that Serbia stepped into the reform of the administration, without taking it as something that stems from «the interior needs of capacity building is still a weak state».⁹

After the expiration of the second action plan (2012), when Serbia gained the status of a candidate country for EU membership, the environment in which public administration reform was implemented has received quite new dimensions. To tackle the challenges ahead and the needs of citizens, the administration must be modernized and reformed. Thus, it was decided to prepare a new Public Administration Reform Strategy, which will approach the reforms in a new and modern manner following the needs of citizens, as well as the requirements set by the European Union before Serbia. On the process of reforming the state administration in Serbia, international actors such as the EU and the IMF have great influence. In addition to providing expert and financial assistance to administrative reform, the European Commission evaluates the Progress Reports, criticizes the negative impacts and makes recommendations for a further stream of public administration reform. On the other hand, the IMF has a different approach and different requirements when it comes to administrative reform. Requests and recommendations are primarily reflect-

⁸ "Review of the Implementation of the Public Administration Reform Strategy in the Republic of Serbia and the Action Plan for Implementation of the Public Administration Reform for Period 2009-2012. Review, Prepared with the Support of the Projects "Support to Public Administration Reform" and "Support to the Development of eGovernment", Implemented by EU Donations, Belgrade, 2012, p. 3.

⁹ Nešković, S., Security and Reform in Serbia, Institute for Political Studies, Belgrade, 2006, p. 81.

ed in reducing public spending, freezing employment in the public sector, freezing salaries and rationalizing public administration. Senior executives believe that the influence of international organizations and the EU is extremely positive and that, thanks to them, the prospects for real implementation of reforms are increased.¹⁰

2. SECURITY CONTEXT OF REFORM OF THE AUTHORITY

The introduction of eGovernment implies directing special attention to security and secrecy to protect the information systems, data, and assets properly, and to respect individual rights. All protection measures in the eGovernment information systems need to be taken to minimize the possibility of a loss of information or their unauthorized change/use, which in certain cases could cause unexpected consequences. It is, therefore, necessary to develop a solution and define procedures and measures that will enable information and communication security and create mechanisms for their implementation. It is crucial to create the conditions for all entities to gain the confidence that the transactions they perform with the management are reliable, protected and with the required degree of confidentiality.

The security of information communication resources is one of the key preconditions for secure communication between all eGovernment participants (G2G, G2C, G2B). Violation of security can undermine public confidence in the so-called eGovernment. Trust is a vital component of eGovernment projects. Without the citizens' trust, the eGovernment cannot succeed. Security as a technical component implies the inclusion of all layers of the system, that is, the unique treatment when designing the whole system from the aspect of confidentiality (which ensures that information is accessed only by those authorized to access this information), integrity (ensuring that it is not carried out modifications to information without knowledge and indications that these changes occur), availability (which ensures that authorized users, when necessary, have access to information and related activities), The responsibility and the (monitoring of data

¹⁰ Štimac, V., Lazarević, M., Context of Public Governance and Reform in Serbia, Belgrade Fund for Political Excellence, Social Inclusion and Poverty Reduction Team, Belgrade, 2013, p. 25.

access, transactions, make changes to the system ...). Information security is achieved, among other things, through the implementation of the Integrated Information Security Management System (ISMS).

The information protection system should optimally include:

1. Access control (logical and physical) of all who access the network;
2. availability of information, systems, networks, devices, and necessary personnel;
3. Authentication of users and devices before giving access to resources;
4. The integrity of information, networks, systems, devices, and personnel;
5. Data confidentiality and access to data only to authorized users;
6. The incompetence of the performed activities and the possibility of verification by a third party;
7. Compliance with all relevant laws and regulations.
8. Guidelines for the protection and working documents (administrative, user, technical instructions, graphics presentations and checklists, technical bulletins for new protection technologies, etc.).

A secure computer network also includes defined elements such as zones, resources, VLANs, DMZs, NAT, access server, wireless, proxy servers, VPN, antimalware system, a centralized collection as well as analysis of logs in the network, physical access control. Concerning computer network devices, data encryption.

Corruption in its basic meaning implies discrimination, treatment with them differently. It is a disease that is difficult to treat, and the best medicine against it is always recommended to move from each as an individual of a society. One can not ignore the lack of positive law, that is, the norms regulating social relations and affecting the consciousness of people. In addition to legal norms established by the state through coercion, there are also social or moral norms, which depend on the relationship of each to himself, to others, to the community and the feeling of belonging to them. Regarding the prevention of corruption, its containment depends on the social consciousness, the cultural value system in the function of the progress of society and the attitude towards the community. During the study and marking of corruption, it is defined in different ways because it appeared in different forms. Today, the definition of corruption giv-

en by the World Bank is universally accepted, which reads that corruption is an abuse of public office or authority to make a personal or private gain at the expense of others or others.¹¹

Corruption is today represented in almost all countries of the world and is considered a universal phenomenon, and all struggle to suppress it with more or less success. Its existence in Serbia prevents economic and economic growth, the construction of democratic institutions, the public loses trust in the state and its institutions. After the October change of government, the corruption perception index amounted to 1.3. In the following period, he grew up and reached 3.5. The index of corruption is difficult, we can say almost in no way declining, which places Serbia in highly corrupt countries, which hinders its economic development, as the results in the fight against corruption do not produce results. In the public sector, corruption leads to the redirection of scarce state resources from educational to capital projects, where huge bribery is represented.

At the beginning of the privatization process, the privatization of large companies was first started. As there was a huge amount of money from the state to private hands during that period, it was necessary to prevent a significant increase in corruption and maneuvering in an already corrupt state. Several factors depend on whether the level of corruption, during privatization, will increase or not:

1. Speed, level of authority and transparency of privatization as factors of corruption. If privatization takes place quickly, there is not much time for corruptive actions. In Serbia, privatization is going on very slowly, and it has been going on since the 1990s. The level of authority is a very important factor for corruption. Any decision requiring the signature of a competent authority creates a possibility for a corruptive act, for this reason, it seeks to minimize administrative decision-making and arbitration. The level of corruption depends on the transparency of the privatization process. It is necessary for the public to have all the information that is important for pri-

¹¹ Čupić, Č., Joković, M., Models for Systemic Corruption Against Corruption, Scientific-research Project Within the University of Belgrade - Faculty of Political Science, Political Identity of Serbia in a Regional and Global Context Funded by the Ministry of Education, Science and Technological Development of Serbia, Belgrade, 2013, p. 193.

vation and which directly or indirectly influence them.

2. Privatization model as a factor of corruption. Experience in the world, especially in Central and Eastern Europe, has shown that the best privatization model, which reduces the level of corruption, is voucher privatization known as the «liquidation», when the company's property is sold separately, not in a single package. It implies detailed rules and procedures that constrain administrative powers. The most effective effects for reducing corruption in the privatization process would be speed, low level of administrative discretion, transparency and a significant role of voucher privatization.¹²

Political will and public support are very important for a successful fight against corruption. Without a strong and serious political will, corruption cannot be prevented in the privatization process. Not only did Serbia not have this will, but there was an inextricable link between politicians, tycoons, criminals, the judiciary and political parties that controlled the privatization process and allowed state resources to be used for personal interests. Public support in the fight against corruption in general, and in this case in the privatization process, is not only reflected in supporting the existence of institutions to fight this wicked disease, but also the readiness of the citizens themselves to participate actively in this struggle. Changing people's perception of corruption is a long-term process, but necessary for a successful fight against corruption.

EU law (e-government, e-government) is the use of information technology in general, in particular, e-business, to provide citizens and institutions with more convenient access to government information and services (services) and provide public administration services to citizens, business partners and anyone They work in the public sector. The EU is a way of organizing public management to increase the efficiency, transparency, ease of access and the ability to respond to the demands of citizens and businesses. The EU is a form of e-commerce of the government and its organs and it relates to the delivery of electronic services to various target groups in the public, and business cooperation and government transactions with various

¹² Jovanović, P., *Anatomy of Corruption*, Transparency International Serbia, Belgrade, 2001, p. 15.

organizational entities, such as other government agencies, agencies or partners. Therefore, the essence of the new way of functioning of public administration is electronic business, that is, its direct application. EU law from a businessman's perspective is a fast electronic registration of companies, a regulated, electronically managed cadastre of real estate, public announcement of public procurement procedures or online public procurement. The law of the citizen is the accessibility of different information such as new laws and regulations, public works notices, tax assessment, payment of obligations online, as well as obtaining various documents.

The EU is not just about providing services over the Internet, but it also implies the use of other information communication technologies such as call centers, answering machines, fax machines, mobile and SMS technology or a combination of information and communication technologies and traditional procedures (for example, ordering a birth certificate via SMS or Internet and by posting to the home address). In addition to the appropriate scope of the use of electronic services, the successful eUcture system also entails a high level of customer satisfaction.

3. PRIVATIZATION OF THE COMPANY AS A MODEL OF RE-ORGANIZATION

Public-Private Partnership (PPP) in the long term represents the cooperation of the state and private sector to provide financing, reconstruction or construction of infrastructure facilities of public importance and provision of services of public importance that can be contracted or institutionalized.¹³ What this type of partnership aims to achieve is a more cost-effective and more efficient production of public goods and the provision of public services that would be achieved traditionally.

The PPP model in the European Union has existed for several decades, but in Serbia, it was only regulated in 2011 by the Law on Public-Private Partnership and Concessions. The law was adopted on November 22, 2011, and came into force on December 2, 2011.

¹³ Cvetković, P., "Public-Defended Partnership in the Legal System of Serbia - Initial Considerations", Proceedings of the Law Faculty in Niš LXIII, Niš 2013, p. 147.

During 2011, the Center for Public-Private Partnership of the Serbian Chamber of Commerce was established. The concept of public-private partnership in Serbia is promoted in various ways. The obstacles to the establishment of such partnerships in Serbia are numerous, from the unwillingness to change the established ways of work, through the lack of understanding of their importance and the lack of information about the results that can be achieved in this way to unknowingness for this kind of partnership.

What is characteristic and generally accepted for public-private partnerships is that it is a long-term 20-25-year-old contract, there is a redistribution of business risk while improving the quality of services and the responsibility of the private sector. Technical PPP is a form of privatization, in which a private company takes over the administration of a state facility or infrastructure provided that it performs the tasks defined by the contract. Once the contract expires, the facility or infrastructure is returned to the state.

In simplest terms, the PPP concept is based on the involvement of private companies in the financing and management of projects aimed at ensuring the achievement of particular public interest. It is a partnership that is based on the concept of risk sharing. For some service or project, it can be said to have PPP characteristics when the risk of construction, demand, and availability is borne by the private sector. The Law on Public-Private Partnership and Concessions envisages the implementation of PPP through two forms - as a contractual PPP and as an institutional PPP. The PPP is easy, the private sector is involved in the design, financing, and management of the service. A contractual PPP is associated with the existence of a public contract. This contract must contain all the terms and conditions that a public partner considers to be fulfilled by a private partner. The institutional PPP is based on the relationship between the public and the private partner as members of the joint company that is the carrier of the implementation of the PPP project. So, with the institutional PPP, a new legal entity is jointly owned by two partners. Cooperation between the public and the private sector is much tougher than in the case of a contractual PPP, as the degree of involvement of the private sector is in proportion to the degree of private sector risk.¹⁴

¹⁴ Damjanović, D., Pavlović-Križanić, T., Peter, G., Public and Private Sector Partnership,

The public contract is the basic concept of legal regulation and contractual and institutional PPP. The contracting parties in a public contract are a public body and a private partner. The contract defines the rights and obligations regarding the realization of projects or the provision of public services of public-private partnerships. The contract contains 28 mandatory elements.¹⁵ What should be kept in mind is the fact that the Law gives general parameters on the conclusion of a public contract. When it comes to negotiating the conclusion of a public contract, then there are many peculiarities in relations between the actors, which requires a detailed contractual arrangement. Therefore, this is a very complex legal business, which requires expert knowledge and skills, which makes it difficult to negotiate and conclude a contract. The public contract is concluded for a period that cannot be shorter than five years nor longer than 50 years. The duration of a public contract is the time required to depreciate the private partner's investment. The stipulation of the longest duration of a public contract for fifty years represents a shift from the previous Law on Concessions, which envisaged the maximum duration of the concession for 30 years.¹⁶

A public-private partnership is contracted within complex government systems influenced by the specificities of the political and social environment. Depending on the extent of decentralization, the extent to which local governments are actively able to participate in PPP will depend. In Serbia, where there is a long tradition of self-government, the involvement of the private sector in public utilities is slow.¹⁷ This shows that PPP can be successful only in those environments that support this type of partnership as a solution to many problems.

To understand the need for PPP, we first need to look at the benefits it provides to the public sector, unlike the model of financing projects of public importance from the budget. The reasons why local government units offer a partnership to a private partner in the

Palgo Center, Belgrade, 2010, p. 12.

¹⁵ Law on Public-Private Partnership and Concessions, Official Gazette of the Republic of Serbia, no. 88/2011, Article 46

¹⁶ Cvetković, P., Public-affiliated partnership in the legal system of Serbia - Initial Considerations, op.citat.str.162-165.

¹⁷ Damjanović, D., Pavlović-Križanić, T., Peter, G., Public and Private Sector Partnership, Palgo Center, Belgrade, 2010, p. 13.

implementation of some projects are multiple and they are related to favorable financing, strengthening competitiveness and raising the quality of services. A public-private partnership requires the acquisition of new skills and ways of thinking, especially for public administration and local self-government, rather than a clear and long-term policy for public-private partnerships. Before the adoption of the Law on Public Private Partnership, the Law on Concessions and several legal regulations, which were often mutually uncoordinated, were numerous in the number of expensive, complicated, unclear procedures. In the attempts to make PPP arrangements at the local level due to unclear and complicated procedures, they resorted to various improvisations, which led to a large number of unrealized jobs and a decline in quality, even poor service. Because of the non-existent regulatory framework, PPP was unattractive for both the public and the private sector.¹⁸

A significant contribution to the further development of PPP in Serbia is the creation of a new institutional framework for PPP. The central place in this is certainly the Commission for Public-Private Partnership. The Commission has nine members and is established by the Government. Its main task is to provide expert assistance in the implementation of PPP projects. Also, for the implementation of each project, it is necessary to obtain a positive opinion from the Commission beforehand. In addition to the Commission, the Ministry of Finance plays an important role in the implementation of PPP projects, especially in monitoring the implementation of the PPP contract.

To attract foreign investors, besides the incentives provided by the state and local governments, PPP arrangements are one of the important ways of attracting foreign investors. At the same time, PPPs give incentives to domestic companies to participate in major projects and possible expansion into the foreign market. In Serbia, PPP was not applied to the extent that it could be the nature of this form of connection. This further means that the legislation has not been sufficiently developed and those public-private partnerships are bound to concessions in most cases. While in Serbia only small efforts are made to

¹⁸ National Alliance for Local and Economic Development, Public - Private Partnership, Belgrade, 2014.

make PPP more widespread in Serbia, in developed countries such as Germany, Italy, the Swiss PPP is used as the best model in the development of internet connectivity and the establishment of broadband accessibility. With more detailed legislation, Serbia can provide for the provision of conditions and the promotion of this form of public and private sector cooperation, so that PPP gets the right place in key projects important for Serbia, including foreign investors.

Transition in its basic meaning implies a break with the former model of business, and its characteristic institutional ambiance, into a completely new form of market and democratic economic and social system.¹⁹ Privatization is the mainstay of transition since it is the first condition for the reaffirmation of the market economy. In Serbia, the transition began in the 80s of the 20th century, when the Law on Enterprises legalizing the establishment of private companies was adopted, the Law on Social Capital and the Establishment of the Yugoslav Market Capital, which was renamed to Belgrade in 1992 stock exchange. The period after 2000 has remained in line with these processes, with the functioning of capitalism in it, exactly as we can expect in the future - that is, the state of the peripheral capitalist economy. Over two thousand years, the process has been stabilized, and we can say that the transition, in a more significant sense, will not be. The system in which we live today, or who we are trying to, should be sustainable, however, it is unsustainable in terms of indebtedness and austerity.

Although the transition in our country has begun at the same time as in the countries of central, southeastern and eastern Europe, there are some specificities of the transitional process in Serbia. There are two periods in the transition process of Serbia, the first to be called a «blocked transition», which lasted during the 1990s and the second that accrued after 2000, which continues to date, and some experts call it a delayed transformation. The blocked transformation of the Serbian society was also influenced by external factors such as the war environment, sanctions of the UN Security Council, bombing by NATO, with the crisis of Serbian society, leading to blockade and stagnation. The collapse of socialism, with blocked changes in the Serbian society,

¹⁹ Cerović, B., How to Complete Privatization in Serbia, Scientific Society of Economists, Academy of Economic Sciences, Faculty of Economics, Belgrade, 2007, p. 9.

represents systemic value changes that lead to the postponement of political and market changes. What is characterized by the period of blocked transition is recapitalization, or partial privatization, which entailed the complementation of social enterprises with private investment. From 1992-1993.²⁰ During the hyperinflation, privatization was accelerated, so around 43% of the total capital of the economy of the Republic of Serbia was privatized. The Law on Social Capital of 1997 reduced the share of privatized capital to 2-3%. This model of privatization, as well as the previous one, supported decentralized privatization, that it be optional and aimed at working shareholders. In Serbia, the privatization of political changes has been privatized, a very small number of state-owned enterprises and those that were privatized are smaller with modest capital. The only large enterprise privatized during the blocked transition is Telekom.

For the transition after 2000, it is important to note that the government of the Democratic Opposition of Serbia has entered into reforms after a ten-year unsuccessful policy of the previous regime, which led to the breakup of the state, hyperinflation, economic sanctions, NATO bombing. The reform process started from a low base, which in five years led to stagnation, destruction of the economy, unemployment, mass poverty, which is precisely the biggest paradox of this period, since donations have spilled on all sides, loans in the form of loans abroad, revenues from the privatization of state-owned enterprises. The fact that the reform, then, is not accepted by a large number of citizens is a critique of how the reform is implemented by a democratic government.²¹

Before the then government, there was a question which model of privatization to choose because what was clear to everyone was that it can not continue with employee shareholding and frivolous reform. The confusion arose between a voucher model, which was very attractive during the 1990s among countries in transition, or a model of classical sales. The decision, however, «fell» on a modified model

²⁰ Paunović, B., *Privatization of Public Enterprises in Serbia*, Singidunum, Belgrade, 2009, p. 55.

²¹ Dušanić, J., *Transition in Serbia - Whether Success was Inevitable*, Washington Consensus, Belgrade, 2006, p. 201.

of classic sales. In addition to the new Law on Privatization, the Privatization Agency and the Share Fund have been formed as supporting institutions of the new privatization method.

We can observe the relation between transition and privatization from several aspects. From a theoretical point of view, privatization was defined as one of the main elements for reforming the post-socialist model of the economy. It is also defined as a key discipline for financial stability, strengthening financial institutions and reducing the role of the state in the economic sphere, to increase the dynamics of business operations, increase efficiency and competitiveness. To apply this theoretical concept, obstacles from the environment, such as political instability, the poor legal system, incompetence of the state administration, its tendency towards corruption, were considered, which led to the conclusion that it is best to implement rapid and comprehensive privatization to out of this process. And this proved to be a systemic error because a key obstacle in the content of the basic goals appeared, where the privatization should have been realized in two directions: the privatization of state-owned enterprises and the creation of completely new private companies. Since the beginning of the privatization, radical, comprehensive changes in the ownership structure have been made without a predefined comprehensive model, which again leads to the conclusion that privatization is a result of political action, not one professional and scientific analysis.²²

The reform process in transition countries has been going on for a long time, but it can not be said that there is a classic, universal model for transition, but there are significant differences, which leads to the conclusion that the process of transition to market economics has not yet been completed. The transition is specific to other economic reforms because its changes are profound and systemic: reform changes the rules of the game and institutions that are shaped and run by organizations, so that transition can succeed is a restructuring of the basis of social systems.²³ The process of tran-

²² Adžić, S., Privatization - an Actor or Victim of Transition in Serbia, How to Complete Privatization, Faculty of Economics, Belgrade, 2007, p. 373.

²³ Cvetković, N., Transition Challenges of "New Economy", How to Complete Privatization,

sition for countries of the former Yugoslavia and Serbia marked a new stage of development. The reforms implemented in the field of the economic system and economic policy have influenced the strengthening of the market economy. Although the transition from 1990-2000. She gave little results in the year since 2000 she gets a deeper and stronger character.

Privatization as a focal point for transition is a prerequisite for greater efficiency and returning the company to a successful business path. In the final stage of privatization, development policy should be knowledge-based and supported by the use of information and communication technologies. From the experience of the countries in transition, in which this process has long ended, we can notice that there are no examples of privatization in which the interests of all actors are satisfied. In these countries, the transition was either controlled or controlled. From the method of its implementation, the results in the construction and development of market operations also depended. The transition can be said to have achieved successful results, not only if it has led to a «new economy,» but also to sustained reforms in institutional, economic and structural terms.²⁴

The slow process of privatization is affecting both the public and the private sector badly. The privatization so far has not yielded the expected results as the intentions and goals of its managers have mushroomed. From the state, its goal or interest in privatization was creating conditions for further economic growth and development, investment flows, job creation, new markets, increased production, and exports, improved living standards, in a word, welfare. However, in practice, this proved to be only a list of nice wishes, since in a large number of companies there was a termination of the contract, failure to comply with the obligations assumed in the sales contract, etc., which led to an unfavorable environment (corruption, gray economy) in which privatization.

There are several negative factors and impacts, both internal and external, that have affected the economy and the state of Serbia throughout the transition period, especially during the 1990s, which

Faculty of Economics, Belgrade, 2007, p. 147.

²⁴ Ibid, p. 150.

led to the slowdown and inconsistency of the reform process. The decline of socialism did not lead to the creation of a modern market economy, but the system began to collapse and break. As far as paradoxically sounds, today's more unfavorable foreign economy than it was in 2000 because the state property is a sale, large debts were created abroad, and accordingly, a large inflow of foreign exchange reserves is directed towards spending. «It comes down to the sale of the fatherland, borrowing money from neighbors and spending money in lumpers and taverns.»²⁵ When we summarize the results of the privatization process of public companies, they are modest, unfavorable, and the process was slow and still not finished, the revenue flow for the process such scales are insufficient, and these funds are not used in the right way, instead of being used for investments, they went to consumption.

The privatization process in Serbia was followed by systemic and large-scale corruption, which is one of the main culprits for the failure of privatization. Systemic corruption involves the entire bureaucratic hierarchy from the local to the state level. An example of our country shows that corruption is destructive in the functioning of the state, it destroys the economy and leads to the collapse of the state. Corruption in Serbia got a systematic crash because of the underdevelopment of institutions. Undeveloped and non-institutionalized institutions are also reflected in the adoption of unspecified and often non-compliant laws. Many economists believe that a poorly-conceived, poorly-institutionalized and slowed privatization process has destroyed production resources in Serbia's economy, created an army of unemployed and a narrow circle of economic and political powers that are linked to power centers. Corruption between businessmen and political factors leads to the collapse of the economy because it discourages serious investors, diminishes privatization revenues and leads to the diversification of social capital into non-productive goods.

Almost all reports, analyses of relevant international factors on privatization point to a high level of corruption. All of these reports and studies have shown that corruption is widespread and that it has

²⁵ Dušanić, J., *Neoliberalism, Transition and Crisis*, Belgrade Business School, Belgrade, 2013, p. 45.

entered all spheres of society, but that consistent application of anti-corruption measures should contribute to the suppression of the corruption spiral. To create corruption without corruption, the government should allocate enough time to successfully and professionally carry out this process, but not so much as to end corruption agreements. Some of the specific examples observed in the privatization process are:

- Neglecting potential bidders in the sense of preventing their participation in the auction or not to raise the auction price;
- Extortion of non-participation fees from serious investors by speculators;
- Organizing a “Dutch auction” before which serious investors are threatened by threats;
- Falsifying documents to show that the object has been previously leased out to one of the bidders so that it is eligible for pre-purchase;
- Underestimation of property;
- Participation of foreign entities that do not have the right to purchase through domestic entities.

Socialism in the East European countries collapsed due to economic inefficiency, and privatization was seen as the only possible remedy. In the world field, where the impact of globalization changes was growing, both eastern European countries and our country's social property hindered economic growth. Such a pace of the game, as dictated by the globalization market of the socialist country, could not stand, because in such a market economic efficiency is dictated by private rather than by state property. Finally, after democratic changes, it was expected that Serbia will enter not only into essential economic reforms, which will provide not only private property and a free market, but also a rapid economic recovery as a product of the entire transition process. It has already been noted that from the aspect of corruption, a special problem is the long retention of enterprises in the privatization process. The speed in the privatization process is of paramount importance, because all transactions in commodity-cash flows take time, to make irregular payments, time also takes time, even if the environment is non-transparent. Thus, some companies were in the process of privatization of 3-5 years because they could not find a “strategic investor”, so that during this period the compa-

ny's expectations were devastated and then the management of the company, in cooperation with political bureaucracy, plundered state property, concluding harmful contracts, through which the funds of the company are spread to other users.

Domestic and foreign research and analysis have shown that in most countries the privatization process was conducted in a non-transparent manner, resulting in purchase agreements where the rights of employees and state property are not protected in the right way, nor obligations by customers are fulfilled. The lack of privatization is reflected in the fact that the privatized companies did not get the right owners, who had the intention to restructure the company and recover it, but the privatization was done for purely speculative reasons to wash off dirty money or to get to the office space at an attractive location at a very low price. The lack of real owners, which would provide not only investments but also the introduction of new technologies, a modern organization, which resulted in the collapse of the real sector. It should be added that the lack of proper institutionalization and regulation of the process of transition (privatization) has led to the appearance of systemic corruption that has entered into all parts of the Serbian society.

Transparency is a word that is linked to Serbia at the beginning of the change in 2000. The prerequisite for democracy is precisely transparency, which is why this term is related to these phenomena. Therefore, this concept has gained wide use in the democratization of state administration and overseeing the work of state bodies. Especially about transparency, we are talking about when state resources are collected, spent, donated and distributed. It is a criterion for the responsibility of one authority. The authorities are obliged to provide clear and precise information to those who chose them, those who pay taxes and invest in the state.

For successful and fair privatization, the key precondition is transparency. To achieve transparency, access to information of public importance in the work of all state administration bodies should be provided. To ensure that privatization is not questioned, it is not just necessary to provide access to information through regulations, but to get closer to citizens and the public.²⁶

²⁶ Nenadić, N., The key word is transparency, Privatization Until it has Arrived and What

The new approach to privatization in Serbia, which brought with it the Privatization Law of July 2001, is based on two very important assumptions. The first is that it is the dominant model of majority sales and the second is the role of the state in the privatization process, that is, promoting the Government as the central organ of the process and in that sense enjoying great discretionary powers. The key item proposed by the new law is that 70% of state property will be sold. This is an item that defines the whole model as the maximum selling point and removes it from previous models that were exclusively insider. Privatization is transparent if the sale is conducted according to tender and auction models, as foreseen by this law. The problem arises if the best investor does not appear, because then the sale of the company is done by a direct contract, and such a method of sale is most suitable for corruption for a simple reason what is the degree of transparency here is the lowest.²⁷

Speaking about the second assumption of a new privatization model, the role of the state in the privatization process can be said to have promoted itself in the main, central body with great discretionary powers. If the state considers that an enterprise needs to be privatized, it will do it regardless of the company's desire. However, there is a more problematic fact that this is discrimination because the state can be privatized by the state, and the other not because the conditions for all are not the same. If the state wants successful and transparent privatization, it should limit its participation to the set of rules in which companies would have maximum freedom while the state would control whether the rules were respected as a whole. Also, it should promote the privatization framework and make it more transparent, to educate and affirm citizens and businesses to become active participants in this process.²⁸

Without transparency, there is no successful privatization process, because the competition is extremely important for selecting the best partner of the state. The most favorable offer is not the one

Further, Transparency Serbia, Belgrade, 2004, p. 11.

²⁷ Jovanović, P., Privatization and Transparency, Transparency International Serbia, Belgrade, 2001, p. 34.

²⁸ Ibid, p. 36.

that concerns only the price, but also the other fat producers, both those related to employees and those of the state. Transparency is one of the key factors determining the level of corruption in the privatization process, that is, the quality and availability of information related to privatization. The first type of information is the legal provisions governing the privatization process, which are made clearer and more transparent by the laws, which will require fewer employees to interpret and favor one of the parties. Another type of information concerns the valuation of capital values, which is very important information in the sale of capital. It is, therefore, necessary to provide conditions for the valuation of capital to be determined in a transparent and methodologically correct manner. And the last type of information refers to company data, how much it is charged, how successful it is, and so on.²⁹

It is very important that citizens receive all the necessary information and be informed by the state for the following reasons: first of all, it is about responsibility, because the state does not have its money, but with the money of the citizens. When trying to achieve a conscientious state policy, taxpayers have the full right to know everything about the management of state resources, how financially it can respond to the challenges and needs of its population. Further, it's about quality management. There is no clear distinction between the public and the privatized sector since both must have clear and accurate information about their financial potentials. The third reason why citizens have to be informed is a democracy. For democracy to have its meaning, citizens must have confidence in politicians to be active participants in political processes. Transparency of the state in finances enables better governance of the state and reduces the corruption and corruption of the state apparatus.

For the privatization process to take place properly, the possibility of corruption is reduced to a minimum, it should be controlled by state authorities, or be under the watchful eye of the media, the public, etc. Free access to all relevant information is a prerequisite for this oversight, and therefore for the transparency of the process.

²⁹ Nenadić, N., *The Key Word is Transparency, Privatization Until it has Arrived and What Further, Transparency Serbia, Belgrade, 2004, p. 9.*

The problem with transparency has appeared in most countries in transition, some have more easily dealt with this problem, and some are worse. The extradition case is Russia, where the citizens, due to the impossibility of insight into the information related to privatization and in general the work of state bodies, brought the whole process into question. Other countries, such as Hungary, Estonia and Poland, implemented privatization in a much better way than Russia, where, as well as Russia, there was no voucher privatization. Serbia has a slight advantage over countries that have begun the transition process earlier, as it can exploit their positive experiences and avoid negative mistakes made in these countries. The advantages of Serbia are that they have avoided voucher privatization, that the shares are not given, but sold, and that the main model of privatization is a sales model that offers 70% of the state capital to customers. For the privatization to yield even better results in the future, minority actions should be sold in a transparent way, which was created based on the application of earlier privatization laws when their free distribution was carried out.³⁰

Privatization does not include only the largest and most powerful enterprises, but also those that are of fundamental importance for the functioning of the economy and the life of the population. Therefore, the conditions under which contracts are made of far-reaching significance for citizens. However, there is another problem. In addition to the inability of citizens to access information, they in most cases have neither the knowledge nor the competence to perform the check of the contract. Therefore, the emergence of civic organizations is increasingly present on all their important privatization contracts on their behalf and in their interest. These organizations work closely with the media, through which they inform the citizens about the development of the privatization process of a state-owned enterprise important at the moment.

The cause of non-transparency lies not only in the shortcomings of the institutional framework but also in the culture, tradition of a society. In most cases, the law gives access to information to every citizen, however, the path to this information is full of barriers because free access to information is reduced. Given this fact, it is clear

³⁰ Ibid, p. 17.

that the public itself cannot deal with this situation, but that support is needed from the politicians and the non-governmental sector. The guarantee of transparency is regulated by the rules, procedures and institutions, their maximum application and control by the public. It also includes the availability of information, their relevance, compliance with the rules of the game and procedures, as well as control. Transparency can be defined as the principle of protection of all participants in the game, regardless of their conflict.³¹

The privatization process in Serbia is the riskiest area for corruption. From the Report of the Council for the Fight against Corruption in 2012, it follows that due to the inaccuracy of privatization regulations and non-transparency, there are many illegalities.³² Undetermined regulations have led to many opportunities for fraud. Privatization instead of leading to the economic development that it started, in Serbia it is more often associated with corruption, tycoons, violation of employees' rights and deliberate delinquency of enterprises by new owners. The main cause of non-transparency in privatization is the complete absence of the civil sector from monitoring and controlling the privatization process. Even though the privatization process and its implications negatively reflected on the lives of the largest number of citizens, civil society organizations have never mobilized to participate more actively in this process, and certainly not to the extent that would reflect the massiveness and importance of this process for the success of the transition.

The significance of the existence of an active civil society is multiple. Active civil society makes it self-empowering, autonomous from state and logic, network of civil associations and civic institutions. Darendorf believes that the establishment of an active and developed civil society is one of the key transitional problems. A citizen with all his rights without civil organizations and institutions remains lonely and impotent for any results. Thus, a citizen with his rights represents a starting point, but without the association of citizens and their entry in-

³¹ Jovanović, P., Privatization and Transparency, Transparency International Serbia, Belgrade, 2001, p. 8.

³² National Strategy for the Fight against Corruption in the Republic of Serbia for Period 2013-2018, Official Gazette of the Republic of Serbia 9/10, p. 7.

to the public space there is no civil society. Social and political changes that have taken place in former socialist countries are justified by various forms of civic organization. Although other post-communist countries in the region managed to bring about reversals in the transition to democracy and the market economy, this turnaround in Serbia was much more difficult. Serbia has faced some negative changes in the political, social, economic and cultural spheres, which in turn led to state degradation, without clear recovery prospects.

CONCLUSION

The reorganization of public authority represents a comprehensive and complex project of radical changes in all areas of society and the public life of the country. It is implemented based on strategic documents drafted by competent entities in the country in cooperation with relevant stakeholders abroad with the implementation of the best experiences from the prosperous countries of the European Union. The socio-economic and security context of the reform should ensure an efficient and prosperous economy and state-owned economy, the safety of all segments of the community, service to the population and the improvement of the general state of affairs towards society. Although there were some indications of reform before, we emphasized on the period after the October changes, that is, with the arrival of democratic government in transition countries. The results of privatization in many countries have shown that in this way companies are doing a lot better business, that the inflows of money are higher, competition is increasing. The concept of new public governance implies that managers in the public sector introduce new methods and skills that have proven effective and cost-effective in the private sector.

Security, in general, refers to the protection of information system facilities and the control of access to information. Confidentiality refers to the right to process personal data with the appropriate level of protection. eGovernment also includes a framework for secure information handling. Corruption entered all parts of the Serbian society, which led to poor privatization results. Reform and privatization in Serbia have been guided in all ways, except for those who give results, the intentions are only a dead letter. In addition to systemic corruption that has hijacked and continues to be the main problem

of an effective privatization, non-transparency is the second worst of Serbian privatization. Privatization is usually done behind the front and away from the eyes of the public, without the possibility of accessing key information that affects the result of the sale.

Domestic and foreign research and analysis have shown that in most countries the privatization process was conducted in a non-transparent manner, resulting in purchase agreements where the rights of employees and state property are not protected in the right way, nor obligations by customers are fulfilled. The lack of privatization is reflected in the fact that the privatized companies did not get the right owners, who had the intention to restructure the company and recover it, but the privatization was done for purely speculative reasons to wash off dirty money or to get to the office space at an attractive location at a very low price. The lack of real owners, which would provide not only investments but also the introduction of new technologies, a modern organization, which resulted in the collapse of the real sector. It should be added that the lack of proper institutionalization and regulation of the process of transition (privatization) has led to the appearance of systemic corruption that has entered into all parts of the Serbian society.

The model that imposed itself as the best public sector reform was British. However, the transition countries had to adapt this model to their social and political needs and capabilities, their specific culture, and mentality of the people. Privatization did not have continuous development, but it had its occasional failures and partial success, which did not lead to a favorable outcome. Since the beginning of the reform of the public sector and the sale of state property, changes in power in transition countries have not recognized the past work of the previous governments, which certainly negatively reflected on the entire process. This is a clear indication that there is no political unity, that personal interests and material benefits are ahead of what is called national interest. As long as it acts on the political scene, positive effects will not be in any field.

As we have repeatedly emphasized during the analysis, we reiterate that privatization is a key element of the doctrine of new public governance and is the core of economic reforms. With the onset of the global economic crisis, enthusiasm for privatization has flared up, but it can not be abandoned because there are no social reforms

without it. It can be noted that the privatization process in Serbia, as well as in other countries, will take a long time because a large part of the property is still owned by the state. The concept of the re-organization of the administration for socio-economic development and improvement of the safety of people, property, and companies must be implemented with the application of modern methods and appropriate information and communication technologies.

LITERATURE

1. "Review of the Implementation of the Public Administration Reform Strategy in the Republic of Serbia and the Action Plan for Implementation of the Public Administration Reform for the period 2009-2012. Review, prepared with the support of the projects "Support to Public Administration Reform" and "Support to the Development of e-Government", implemented by EU donations, Belgrade, 2012.

2. Adžić, S., Privatization - an actor or victim of transition in Serbia, How to complete privatization, Faculty of Economics in Belgrade, Belgrade, 2007.

3. Begović, B., et al., Four Years of Transition, Center for Liberal - Democratic Studies, Belgrade, 2005.

4. Veselinović, P., Public sector reform as a key determinant of the success of transition in the economy of the Republic of Serbia, Economic horizons, May-August 2014, Volume 16, Volume 2.

5. Damjanović, D., Pavlović-Križanić, T., Peteri, G., Public and Private Sector Partnership, Palgo Cetar, Belgrade, 2010.

6. Dušanić, J., Neoliberalism, Transition and Crisis, Belgrade Business School, Belgrade, 2013.

7. Dušanić, J., Transition in Serbia - Whether Success was Inevitable, Washington Consensus, Belgrade, 2006.

8. Law on Public-Private Partnership and Concessions, Official Gazette of the Republic of Serbia, no. 88/2011, Article 46

9. Jovanović, P., Anatomy of Corruption, Transparency International Serbia, Belgrade, 2001.

10. Jovanović, P., Privatization and Transparency, Transparency International Serbia, Belgrade, 2001.

11. Marković, V., Forms of Liberal Extremism in Serbia, Through Transition - Contributions to the Privatization Theory, AKM, Novi Sad, 2011.

12. National Alliance for Local and Economic Development, Public-Private Partnership, Belgrade 2014.

13. National Strategy for the Fight against Corruption in the Republic of Serbia for the period 2013-2018, Official Gazette of the Republic of Serbia 9/10.

14. Nenadić, N., The Key Word is Transparency, Privatization Until Now and Where, Transparency Serbia, Belgrade, 2004.

15. Nešković, S., Security and Reform in Serbia, Institute for Political Studies, Belgrade, 2006.

16. Nešković, S., Đelić, TA, Zurovac, D., Possibilities of Transformation of Local Self-government of the Republic of Serbia and Implementation of E-Government Project, Ministry of Defense of the Republic of Serbia: Military Work, 2018.

17. Paunović, B., Privatization of Public Enterprises in Serbia, Singidunum, Belgrade, 2009.

18. Public Administration Reform Strategy in the Republic of Serbia, I.Uvod, "Official Gazette of the Republic of Serbia, No. 55 / 05, 71/05 - Correction, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 - US and 72/12 ", Belgrade, April 23, 2014.

19. Cvetković, N., Transition Challenges of the New Economy, How to Complete Privatization, Faculty of Economics, Belgrade, 2007.

20. Cvetković, P., Public-affiliated partnership in the Legal Sys-

tem of Serbia - Initial Considerations, Proceedings of the Law Faculty in Niš LXIII, Niš 2013.

21. Cerović, B., How to Complete Privatization in Serbia, Scientific Society of Economists, Academy of Economic Sciences, Faculty of Economics, Belgrade, 2007.

22. Čupić, Č., Joković, M., Models for Systemic Corruption Against Corruption, Scientific-research project within the University of Belgrade - Faculty of Political Sciences, Political Identity of Serbia in a Regional and Global Context Financed by the Ministry of Education, Science and Technological Development Serbia, Belgrade, 2013.

23. Štimac, V., Lazarević, M., Context of Public Governance and Reform in Serbia, Belgrade Fund for Political Excellence, Social Inclusion and Poverty Reduction Team, Belgrade, 2013. AUTORS PRESENTATIONS

24. DR Sunčica Stanković is associate at the Center for strategic researching and national security - CESNA B, in Belgrade, Serbia. She completed High School of Management in Zaječar in 2005. In 2007, she graduated from the Faculty of Business Studies in Belgrade. She defended doctoral thesis entitled "The application of dependence methods in the analysis of earning differences between genders in the Republic of Serbia" at the Faculty of Economics in Nis, in 2018. The fields of her professional interest are statistics, multivariate analysis, demographics and labour market. She published 3 scientific papers in Serbia. From 1999 to 2016 she was an entrepreneur. During 2014, she was engaged as a associate on economic affairs at the Institut Mihajlo Pupin - Bell in Belgrade.

AUTORS PREZENTATION:

MA Ratomir Antonovic was born 01.08.1984. in Belgrade. He completed his basic academic studies at the Law Faculty of the University of Kragujevac, master's degree at the Law Faculty of the University of Business Engineering and Management in Banja Luka, currently holds a PhD at doctoral studies at the Law Faculty of the International University of Gorazde. Since 2008, he has been active in various managerial positions: Advisor in the Cabinet of the President of the National Assembly of the Republic of Serbia, Member of the Council for Social Activities of the Municipality of Zvezdara in Belgrade, Member of the Board of Directors at the Public Utility Company "Belgrade Power Plants", as well as various jobs in state administration and local self-government. At the Faculty of Law, Security and Management "Konstantin Veliki" from Niš, he is a teaching assistant in subjects on security management and security systems. He is the author of several scientific papers on the fight against corruption, organized crime, money laundering, problems of migration, terrorism, environmental protection, and so on. He lives and works in Belgrade.

Ilija Životić was born 19.07.1976 in Belgrade, Serbia. He graduated on a two-year master studies Terrorism, Organized Crime and Security. He is also President of the Professional Association of International Police Organization. He attend and held on a number of lectures and panel discussions on the topic of terrorism, radicalization, and against drugs trafficking. The creator of the course for the prevention of disappearance of children "Code Barbara". He wrote papers on the importance of corporate security, compromising security by spreading false news and importance of non-governmental centers in educating citizens and members of the security services in the countries applying for membership of the EU and NATO.