



ИКОНОМИЧЕСКИ  
УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА



КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН  
БИЗНЕС И ЛОГИСТИКА“

# ИНДУСТРИАЛНИЯТ БИЗНЕС – ПЕРСПЕКТИВИ И ВЪЗМОЖНОСТИ

*Сборник с доклади от кръгла маса*

# INDUSTRIAL BUSINESS – PERSPECTIVES AND OPPORTUNITIES

*Round table proceedings*



Издателство „Наука и икономика“  
Икономически университет – Варна

**ИНДУСТРИАЛНИЯТ БИЗНЕС –  
ПЕРСПЕКТИВИ И ВЪЗМОЖНОСТИ**  
Сборник с доклади от кръгла маса

---

**INDUSTRIAL BUSINESS –  
PERSPECTIVES AND OPPORTUNITIES**  
**Round table proceedings**



ИКОНОМИЧЕСКИ  
УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА



КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН  
БИЗНЕС И ЛОГИСТИКА“

## СБОРНИК С ДОКЛАДИ КРЪГЛА МАСА

### ИНДУСТРИАЛНИЯТ БИЗНЕС – ПЕРСПЕКТИВИ И ВЪЗМОЖНОСТИ

ПО ПОВОД 75 - ГОДИШНИНАТА ОТ СЪЗДАВАНЕТО НА СПЕЦИАЛНОСТ  
„ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО“ И  
70 - ГОДИШНИНАТА ОТ СЪЗДАВАНЕТО НА КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН  
БИЗНЕС И ЛОГИСТИКА“ В ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА  
27 октомври 2023 г.

---

### ROUND TABLE PROCEEDINGS

#### INDUSTRIAL BUSINESS – PERSPECTIVES & OPPORTUNITIES

ON THE OCCASION OF THE 75<sup>TH</sup> ANNIVERSARY  
OF “INDUSTRIAL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP” MAJOR AND THE  
70<sup>TH</sup> ANNIVERSARY OF “INDUSTRIAL BUSINESS & LOGISTICS”  
DEPARTMENT AT UNIVERSITY OF ECONOMICS – VARNA  
October 27<sup>th</sup> 2023

#### ТЕМАТИЧНИ НАПРАВЛЕНИЯ

1. Конкурентоспособност, предприемачество, иновации и технологично развитие
2. Съвременни практики в управлението на бизнес процеси
3. Кръгова икономика, устойчиво развитие и икономически растеж
4. Съвременни тенденции при обучението на специалисти за индустрията

#### SCIENTIFIC FIELDS

1. Competitiveness, entrepreneurship, innovations and technological development
2. Current practices in business process management
3. Circular economy, sustainable development and economic growth
4. Current trends in the training of specialists for Industry

2023

Издателство „Наука и икономика“  
Икономически университет – Варна

Издаването на този сборник с доклади е по проект НПК-335/2023 г. и се финансира със средства от целева субсидия на държавния бюджет.

Авторите носят пълна отговорност за съдържанието и оригиналността на докладите и за грешки, допуснати по тяхна вина.

Тази книга или нейните части не могат да бъдат възпроизведени или предавани под каквато и да е форма, или по какъвто и да е начин, електронен или механичен, и копирани без писменото разрешение на издателя.

The publication of this book is under Project № 335/2023 and is funded by a targeted subsidy to the State budget.

Authors are responsible for the content and originality of their papers and errors committed by their fault.

This book or its parts may not be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, and copied without the written permission of the publisher.

## НАУЧЕН КОМИТЕТ

**Проф. д-р инж. Димитър Димитракиев**  
*ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ - Варна*

**Проф. д-р Любчо Варамезов**  
*СА „Д. А. Ценов“, Свищов*

**Проф. д-р Милен Балтов**  
*Бургаски свободен университет*

**Проф. д-р Николай Щерев**  
*УНСС - София*

**Проф. д-р Николай Карев**  
*ХТМУ - София*

**Проф. д-р Валентина Алексиева**  
*УХТ - Пловдив*

**Доц. д-р Илиан Минков**  
*ИУ-Варна*

**Доц. д-р Силвия Благоева**  
*ИУ-Варна*

**Доц. д-р Радко Радев**  
*УНСС - София*

**Доц. д-р Иван Петров**  
*ИУ-Варна*

**Доц. д-р Петя Данкова**  
*ИУ-Варна*

**Доц. д-р Димитър Благоев**  
*УНСС - София*

**Доц. д-р Искра Пантелеева**  
*СА „Д. А. Ценов“, Свищов*

## ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

### **Председател:**

Доц. д-р Йордан Иванов

### **Членове:**

Доц. д-р Пламен Павлов

Гл. ас. д-р Влади Куршумов

Гл. ас. д-р Стефан Калпачев

Гл. ас. д-р Моника Михайлова

## SCIENTIFIC COMMITTEE

**Prof. Eng. Dimitar Dimitrakiev, PhD**  
*Naval Academy "N. Vaptsarov" - Varna*

**Prof. Lyubcho Varamezov, PhD**  
*D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov*

**Prof. Milen Baltov, PhD**  
*Burgas Free University*

**Prof. Nikolay Sterev, PhD**  
*UNWE - Sofia*

**Prof. Nikolay Karev, PhD**  
*UCTM - Sofia*

**Prof. Valentina Aleksieva, PhD**  
*UHT - Plovdiv*

**Assoc. Prof. Ilian Minkov, PhD**  
*UE - Varna*

**Assoc. Prof. Silvia Blagoeva, PhD**  
*UE – Varna*

**Assoc. Prof. Radko Radev, PhD**  
*UNWE - Sofia*

**Assoc. Prof. Ivan Petrov, PhD**  
*UE – Varna*

**Assoc. Prof. Petya Dankova, PhD**  
*UE – Varna*

**Assoc. Prof. Dimitar Blagoev, PhD**  
*UNWE - Sofia*

**Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, PhD**  
*D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov*

## ORGANIZING COMMITTEE

### **Chairwoman:**

Assoc. Prof. Yordan Ivanov, PhD

### **Members:**

Assoc. Prof. Plamen Pavlov, PhD

Chief Assist. Prof. Vladi Kurshumov, PhD

Chief Assist. Prof. Stefan Kalpachev, PhD

Chief Assist. Prof. Monika Mihaylova, PhD

# СЪДЪРЖАНИЕ

<b>доц. д-р Пламен Павлов</b> Седемдесет години катедра „Индустриален бизнес и логистика“ и 75 години специалност „Индустриален бизнес и предприемачество“ в ИУ – Варна.....	<b>13</b>
---	-----------

## НАПРАВЛЕНИЕ “КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, ИНОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ”

<b>проф. д-р Николай Щерев,</b> <b>доц. д-р Даниел Йорданов</b> Професионалните умения като предпоставка за академично предприемачество в българските университети .....	<b>18</b>
---	-----------

<b>проф. д-р Любчо Варамезов</b> Емпирично изследване на факторите, влияещи върху процеса на споделяне на знания в българските предприятия .....	<b>28</b>
--	-----------

<b>доц. д-р Илиан Минков</b> Роля на опубличената в интернет фирмена култура за големите производители на пиво в България.....	<b>35</b>
--	-----------

<b>проф. д-р Светлана Димитракиева,</b> <b>гл. ас. д-р Кристиана Атанасова</b> Управление на веригите за доставки в дигиталната ера .....	<b>40</b>
---	-----------

<b>доц. д-р Пламен Павлов</b> Финансиране на научноизследователската и развойна дейност в страните от Европейския съюз.....	<b>48</b>
---	-----------

<b>доц. д-р Ивайло Иванов</b> Конфликти в организацията – нужда от големи данни за тяхното ефективно управление в контекста на навлизане на българските предприятия в икономиката на знанието .....	<b>55</b>
---	-----------

<b>доц. д-р Илиан Минков</b> Равнище и съдържателни характеристики на опубличената в интернет фирмена култура на големите производители на пиво в България.....	<b>63</b>
--	-----------

<b>гл. ас. д-р Ваня Хаджиева</b> <b>Приложения на блокчейн технология като глобална иновация .....</b>	<b>68</b>
<b>доц. д-р Пламен Павлов</b> <b>Промислени дизайни в България за периода 2017-2022 година.....</b>	<b>75</b>
<b>гл. ас. д-р Ангелина Терзиева</b> <b>Приложение на клъстерния подход при производство</b> <b>и реализация на зърнени храни.....</b>	<b>81</b>
<b>гл. ас. д-р Моника Михайлова</b> <b>Предизвикателства пред предприемаческите намерения на студентите .....</b>	<b>89</b>
<b>Chief Assist. Prof. Katina Valeva, PhD,</b> <b>Prof. Valentina Nikolova-Alexieva, PhD</b> <b>Trends in the Application of Artificial Intelligence</b> <b>in Transition to Industry 5.0 .....</b>	<b>98</b>
<b>гл. ас. д-р Милчо Близнаков</b> <b>Пазарна структура и конкуренция на пазара</b> <b>на таксиметрови услуги в град Варна .....</b>	<b>107</b>
<b>гл. ас. д-р Веселина Максимова</b> <b>Фактори за успех в кризата: примерът</b> <b>на българските компании за облекло и текстил.....</b>	<b>113</b>
<b>гл. ас. д-р Цветомир Манолов</b> <b>Финансовият анализ при оценка</b> <b>на конкурентоспособността на предприятията.....</b>	<b>122</b>
<b>гл. ас. д-р Стоян Хадживеличков</b> <b>Динамика на потребителската чувствителност</b> <b>към цената на органичните храни в условията</b> <b>на повишена инфлация.....</b>	<b>129</b>

## **НАПРАВЛЕНИЕ „СЪВРЕМЕННИ ПРАКТИКИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА БИЗНЕС ПРОЦЕСИ“**

<b>проф. д-р Евгени Станимиров,</b> <b>доц. д-р Мария Станимирова</b> <b>Адаптация на бизнес модела в условия на криза.....</b>	<b>138</b>
<b>проф. д-р Росен Николаев, доц. д-р Танка Милкова</b> <b>Особености при избора на метод за оценка на инвестиции.....</b>	<b>145</b>

<b>доц. д-р Петя Данкова</b> <b>Проблеми на управлението на човешките ресурси</b> <b>в социалните предприятия в България .....</b>	<b>153</b>
<b>доц. д-р Йордан Иванов</b> <b>Ценова чувствителност при трансформацията</b> <b>„потребител – клиент – партньор“ – теоретичен модел .....</b>	<b>162</b>
<b>доц. д-р Галинка Павлова, доц. д-р Пламена Милушева</b> <b>Възможности за усъвършенстване снабдяването</b> <b>на общинските лечебни заведения за специализирана</b> <b>извънболнична медицинска помощ.....</b>	<b>168</b>
<b>гл. ас. д-р Драган Георгиев, гл. ас. д-р Илиан Христов</b> <b>Концепцията на СИМА за бизнес модел като основа</b> <b>за изграждане на ефективно управленско счетоводство.....</b>	<b>173</b>
<b>гл. ас. д-р Стефан Калпачев</b> <b>Приложение на изкуствения интелект</b> <b>в операционния мениджмънт</b> <b>и предизвикателства през използването му.....</b>	<b>182</b>

## **НАПРАВЛЕНИЕ „КРЪГОВА ИКОНОМИКА, УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ“**

<b>доц. д-р Петя Данкова</b> <b>Устойчиво развитие: предизвикателства</b> <b>пред образователните институции.....</b>	<b>190</b>
<b>доц. д-р Даниела Йорданова</b> <b>Някои предизвикателства пред териториалното делене</b> <b>на България в контекста на политиката на сближаване.....</b>	<b>198</b>
<b>доц. д-р Радка Иванова, гл. ас. д-р Радмил Николов</b> <b>Кръговата икономика и управление на отпадъците</b> <b>в България (анализ за периода 2016-2021 г.) .....</b>	<b>204</b>
<b>гл. ас. д-р Силвия Димитрова</b> <b>Култура и устойчиво развитие .....</b>	<b>212</b>
<b>гл. ас. д-р Ваня Хаджиева</b> <b>Пазарът, като интелигентен информационен</b> <b>хъб в дигиталната икономика .....</b>	<b>220</b>



<b>гл. ас. д-р Влади Куршумов</b> Градската логистика като фактор за постигане на устойчиво развитие и икономически растеж .....	<b>226</b>
<b>гл. ас. д-р Красимира Найденова</b> Негативно влияние на отрицателните лихви и цени върху реалната икономика .....	<b>234</b>
<b>ас. Светлин Минев</b> Рамки за отчитане на корпоративната устойчивост .....	<b>240</b>
<b>гл. ас. д-р Влади Куршумов</b> Добри практики в областта на градската логистика.....	<b>248</b>
<b>ас. Светлин Минев</b> ESG рейтингите: инструмент за оценяване на екологични, социални и управленски аспекти от дейността на компаниите .....	<b>256</b>

## **НАПРАВЛЕНИЕ „СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИЕТО НА СПЕЦИАЛИСТИ ЗА ИНДУСТРИЯТА“**

<b>доц. д-р Иван Петров</b> Предприемаческите нагласи и намерения на студентите от специалности в сферата на индустрията в Икономически университет – Варна.....	<b>265</b>
<b>проф. д-р Юлиан Василев, доц. д-р Пламена Милушева</b> Връзки на степента на полезност на дисциплините (според студентите) с някои аспекти на реализацията (брой на заетите лица) на завършилите студенти специалности „Логистика“ и „Логистичен мениджмънт“ .....	<b>276</b>
<b>доц. д-р Иван Петров</b> Кариерни нагласи за платена наемна заетост и/или собствен бизнес сред студентите в сферата на индустрията от Икономически университет – Варна.....	<b>280</b>
<b>Assoc. Prof. Marin Geshkov, PhD</b> The Application of Artificial Intelligence in Human Resource Career Planning.....	<b>292</b>
<b>доц. д-р Светлозар Стефанов</b> Мястото на счетоводните дисциплини в учебните планове на икономическите специалности, подготвящи кадри за индустрията .....	<b>301</b>

## CONTENTS

<b>Assoc. Prof. Plamen Pavlov, PhD</b> 70 Years “Industrial Business & Logistics” Department and 75 Years “Industrial Business and Entrepreneurship” Major at University Of Economics – Varna .....	13
--	----

### SCIENTIFIC FIELD “COMPETITIVENESS, ENTREPRENEURSHIP, INNOVATIONS AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT”

<b>Prof. Nikolay Sterev, PhD,</b> <b>Assoc. Prof. Daniel Yordanov, PhD</b> Professional Skills as a Requirement for Academic Entrepreneurship in Bulgarian Universities .....	18
--	----

<b>Prof. Lyubcho Varamezov, PhD</b> Empirical Study of Factors Affecting the Process of Knowledge Sharing in Bulgarian Enterprises.....	28
---	----

<b>Assoc. Prof. Ilian Minkov, PhD</b> Role of the Online Publicized Corporate Culture for the Large Beer Manufacturers in Bulgaria .....	35
--	----

<b>Prof. Svetlana Dimitrakieva, PhD,</b> <b>Chief Assist. Prof. Christiana Atanasova, PhD</b> Supply Chain Management in the Digital Age .....	40
--	----

<b>Assoc. Prof. Plamen Pavlov, PhD</b> Financing of Scientific Research and Development Activities in the Countries of the European Union .....	48
---	----

<b>Assoc. Prof. Ivaylo Ivanov, PhD</b> Conflicts in the Organization - Big Data Need for Their Effective Management in the Context of Bulgarian Enterprises Entering the Knowledge Economy .....	55
---	----

<b>Assoc. Prof. Ilian Minkov, PhD</b> Level and Content Characteristics of the Online Publicized Corporate Culture of the Large Beer Manufacturers in Bulgaria .....	63
--	----

<b>Chief Assist. Prof. Vanya Hadjieva, PhD</b> Applications of Blockchain Technology as a Global Innovation .....	68
--	----

<b>Assoc. Prof. Plamen Pavlov, PhD</b> <b>Industrial Designs in Bulgaria for the Period 2017-2022</b> .....	<b>75</b>
<b>Chief Assist. Prof. Angelina Terzieva, PhD</b> <b>Application of the Cluster Approach</b> <b>in the Production and Realization of Food Cereals</b> .....	<b>81</b>
<b>Chief Assist. Prof. Monika Mihaylova, PhD</b> <b>Challenges to Students' Entrepreneurial Intentions</b> .....	<b>89</b>
<b>Chief Assist. Prof. Katina Valeva, PhD,</b> <b>Prof. Valentina Nikolova-Alexieva, PhD</b> <b>Trends in the Application of Artificial Intelligence</b> <b>in Transition to Industry 5.0</b> .....	<b>98</b>
<b>Chief Assist. Prof. Milcho Bliznakov, PhD</b> <b>Market Structure and Competitiveness in Taxi Services in Varna</b> .....	<b>107</b>
<b>Chief Assist. Prof. Vesselina Maximova, PhD</b> <b>Success Factors in Crisis: The Case of Bulgarian</b> <b>Apparel and Textile Companies</b> .....	<b>113</b>
<b>Chief Assist. Prof. Tsvetomir Manolov, PhD</b> <b>Financial Analysis in Assessment</b> <b>of the Competitiveness of Enterprises</b> .....	<b>122</b>
<b>Chief Assist. Prof. Stoyan Hadjivelichkov, PhD</b> <b>Dynamics of Consumer Price Sensitivity</b> <b>to Organic Food in the Context of Increased Inflation</b> .....	<b>129</b>

**SCIENTIFIC FIELD „CURRENT PRACTICES  
IN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT“**

<b>Prof. Evgeni Stanimirov, PhD,</b> <b>Assoc. Prof. Mariya Stanimirova, PhD</b> <b>Business Model Adaptation in Crisis Conditions</b> .....	<b>138</b>
<b>Prof. Rosen Nikolaev, PhD, Assoc. Prof. Tanka Milkova, PhD</b> <b>Features of the Choice of Method of Valuation of Investments</b> .....	<b>145</b>
<b>Assoc. Prof. Petya Dankova, PhD</b> <b>Problems of Human Resources Management</b> <b>in Social Enterprises in Bulgaria</b> .....	<b>153</b>

**Assoc. Prof. Yordan Ivanov, PhD**  
**Price Sensitivity During the Transformation**  
**“Consumer – Customer – Partner” – Theoretical Model ..... 162**

**Assoc. Prof. Galinka Pavlova, PhD,**  
**Assoc. Prof. Plamena Milusheva, PhD**  
**Opportunities for Improving the Provision**  
**of Municipal Specialized Outpatient Medical Care ..... 168**

**Chief Assist. Prof. Dragan Georgiev, PhD,**  
**Chief Assist. Prof. Iliyan Hristov, PhD**  
**CIMA's Concept of Business Model as a Basis**  
**for Building Effective Management Accounting ..... 173**

**Chief Assist. Prof. Stefan Kalpachev, PhD**  
**Application of Artificial Intelligence in Operations**  
**Management and Challenges in its Use ..... 182**

#### **SCIENTIFIC FIELD „CIRCULAR ECONOMY, SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH“**

**Assoc. Prof. Petya Dankova, PhD**  
**Sustainable Development: Challenges for Educational Institutions ..... 190**

**Assoc. Prof. Daniela Yordanova, PhD**  
**Some Challenges to the Territorial Division**  
**of Bulgaria in the Context of Cohesion Policy ..... 198**

**Assoc. Prof. Radka Ivanova, PhD,**  
**Chief Assist. Prof. Radmil Nikolov, PhD**  
**Circular Economy and Waste Management in Bulgaria**  
**(Analysis for the Period 2016-2021) ..... 204**

**Chief Assist. Prof. Silviya Dimitrova, PhD**  
**Culture and Sustainable Development ..... 212**

**Chief Assist. Prof. Vanya Hadjieva, PhD**  
**The Market as an Intelligent Information Hub in the Digital Economy ..... 220**

**Chief Assist. Prof. Vladi Kurshumov, PhD**  
**City Logistics as a Factor for Achieving Sustainable**  
**Development and Economic Growth ..... 226**

<b>Chief Assist. Prof. Krasimira Naydenova, PhD</b> Unfavorable Impact of Negative Interest Rates and Prices on the Real Economy .....	<b>234</b>
<b>Assist. Prof. Svetlin Minev</b> Corporate Sustainability Reporting Frameworks .....	<b>240</b>
<b>Chief Assist. Prof. Vladi Kurshumov, PhD</b> Good Practices in the Field of City Logistics .....	<b>248</b>
<b>Assist. Prof. Svetlin Minev</b> ESG Ratings: A Tool for Assessing Environmental, Social and Management Aspects of the Activities of Companies.....	<b>256</b>

### **SCIENTIFIC FIELD „CURRENT TRENDS IN THE TRAINING OF SPECIALISTS FOR INDUSTRY“**

<b>Assoc. Prof. Ivan Petrov, PhD</b> The Entrepreneurial Attitudes and Intentions of Students from Industry Majors at Varna University of Economics .....	<b>265</b>
<b>Prof. Julian Vassilev, PhD,</b> <b>Assoc. Prof. Plamena Milusheva, PhD</b> Relations of the Degree of Usefulness of the Disciplines (According to the Students) with Some Aspects of the Realization (Number of Employed People of the Graduated Students Majorities "Logistics" and "Logistics Management" .....	<b>276</b>
<b>Assoc. Prof. Ivan Petrov, PhD</b> Career Attitudes for Wage Employment and/or Own Business Among Students in the Industry from the University of Economics – Varna .....	<b>280</b>
<b>Assoc. Prof. Marin Geshkov, PhD</b> The Application of Artificial Intelligence in Human Resource Career Planning.....	<b>292</b>
<b>Assoc. Prof. Svetlozar Stefanov, PhD</b> The Place of Accounting Disciplines in the Curricula of Economic Specialties Preparing Staff for Industry .....	<b>301</b>

**СЕДЕМДЕСЕТ ГОДИНИ КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС  
И ЛОГИСТИКА“ И 75 ГОДИНИ СПЕЦИАЛНОСТ  
„ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО“  
В ИУ – ВАРНА**

*доц. д-р Пламен Павлов  
Катедра „Индустиален бизнес и логистика“  
Икономически университет – Варна*

**70 YEARS “INDUSTRIAL BUSINESS & LOGISTICS” DEPARTMENT AND  
75 YEARS “INDUSTRIAL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP” MAJOR  
AT UNIVERSITY OF ECONOMICS – VARNA**

*Assoc. Prof. Plamen Pavlov, PhD  
Industrial Business & Logistics Department  
University of Economics – Varna, Bulgaria*

През настоящата 2023/24 учебна година, специалност „Индустиален бизнес и предприемачество“ в Икономически университет – Варна, навършва 75 години, а ръководещата я катедра „Индустиален бизнес и логистика“ – 70 години. Сериозна възраст, дори за област като висшето образование и достатъчно много време за създаване на значими традиции.

През всичките тези години специалността и преподавателите от катедрата се развиват, преодоляват трудности, трупат познание и опит, но най-важното – изграждат подготвени професионалисти, които вече 75 години управляват и администрират икономическите процеси в страната.

Специалността е създадена през 1949 година, под наименованието „Икономика на промишлеността“, а през 1953 и едноименната катедра<sup>1</sup>. От създаването до сега, специалността се развива под различни наименования – „Научна организация на производството, труда и управлението в промишлеността“, „Икономика и управление на промишлеността“, „Икономика и управление на индустрията“, „Икономика на индустрията“, „Индустиален бизнес“ и „Индустиален бизнес и предприемачество“.

Първи ръководител на катедрата (за около една година) е доц. Никола Николов. След него ръководители са проф. Никола Кърклийски, проф. Васил Ранков, доц. Ангел Кръстев, проф. д.ик.н. Тодор Ненов, доц. д-р Благо Благоев, доц. д-р Илиан Минков, доц. д-р Йордан Иванов, доц. д-р Пламен Павлов.

Независимо от промените в наименованията, мисията на специалността винаги е била и си остава **„да съдейства за просперитета на страната чрез подготовката на висококвалифицирани и с богата култура кадри за индустрията, научната сфера и националното стопанство, както и чрез извършването на разнообразна и обхватна научна, изследователска и консултантска дейност“<sup>2</sup>.**

За този 75 годишен период в специалност „Индустиален бизнес и предприемачество“ са обучени над 12500 икономисти, реализиращи се с успех във всички сфери на икономиката, държавната и общинска администрация и неправителствения сектор.

През годините многократно са извършвани промени в учебния план на

---

<sup>1</sup> Благоев, Б., Шестдесет години специалност „Икономика на индустрията“, Актуални проблеми на икономиката и управлението на бизнеса, Варна: Университетско издателство, ИУ – Варна, 2008, 9-15

<sup>2</sup> Пак там

специалността. По време на плановата икономика до 1990 година, има няколко извършени промени, състоящи се в оформяне на няколко профила (специализации) – „Икономика и управление на машиностроенето и корабостроенето“, „Икономика и управление на химическата и металургична промишленост“, „Икономика и управление на хранително-вкусова промишленост“ и „Материално-техническо снабдяване“. По този начин, диференциацията на обучението по основни отрасли на индустрията задълбочава практическата му ориентация, осигурявана не само от специализираната технологична подготовка на студентите, но и от строго специализираното и съобразено с отрасловите особености обучение в областта на организацията на производството, труда и управлението. Впоследствие „Материално-техническо снабдяване“ е обособена като отделна специалност. През 80-те години в специалността е въведена нова тристепенна структура на обучение, което дава възможност да се увеличи гъвкавостта на специалната и специализиращата подготовка и по-непосредствено да се отговори на динамичните потребности на икономическата и обществена практика в страната<sup>3</sup>.

В следващите години, паралелно с прехода към пазарно стопанство, в третата степен на обучение на специалността успешно се развиват редица практически ориентирани специализации – икономика и управление на производствено-стопанската дейност, икономика и управление на научно-изследователската и технологична дейност, бизнес развитие и управление на ресурсите, индустриален мениджмънт и маркетинг, предприемачество и малък бизнес, финансов мениджмънт и др. Развитието на тези специализации създава базата, върху която се поставя началото на магистърската програма на специалността, през учебната 1996/1997 г., която и до днес е една от най-търсените и успешни магистърски специалности в ИУ – Варна.

Магистърската програма на специалността, наред с текущите промени в учебния план, променя неколккратно и наименованието си. Последователно се минава през „Икономика на индустрията“, „Индустриален бизнес и администрация“, „Корпоративно развитие и управление“ и „Корпоративен бизнес и управление“, с което наименование се предлага и до днес. Пионерско за университета е решението на катедрата да предложи магистърската специалност и в дистанционна форма на обучение още през учебната 2008/2009 г., което намира изключително добър прием сред кандидат-магистрите, отразяващо се в значително търсене на тази образователна услуга през следващите петнадесет години.

В резултат на неблагоприятните демографски особености, световна финансова криза и отворените врати на европейския образователен пазар за български кандидат-студенти, годините след 2010 се оказаха изпитание и за катедрата и специалността.

Направена бе промяна в името на специалността, като дългогодишното наименование „Икономика на индустрията“ бе заменено от „Индустриален бизнес“ през 2012 г., а по-късно и от „Индустриален бизнес и предприемачество“ (2014 г.). Едновременно с това бе намален общият хорариум на аудиторната заетост. Осъществена бе и актуализация на учебния план, продиктувана от тенденциите в търсенето на трудовия пазар. За да се осигури възможност на студентите да се профилират в две различни области – предприемачество и индустриален бизнес – бяха формирани по два избираеми блока от специални дисциплини през всеки семестър на 3-ти и 4-ти курс<sup>4</sup>.

През 2014 година, отчитайки развитието на съвременните информационни и комуникационни технологии и масовото им навлизане в ежедневието на младите хора, бе даден старт на специалност „Индустриален бизнес и предприемачество“ в дистанционна

<sup>3</sup> Пак там

<sup>4</sup> Минков, И., Седемдесет години специалност „Индустриален бизнес и предприемачество“ в ИУ – Варна, *Индустриален бизнес и предприемачество – иновации в науката и практиката*, Наука и икономика, Варна, 2018, 19-26.

форма на обучение. По този начин беше обхванат неусвоен пазарен сегмент от работещи със средно образование, желаещи да повишат образователното си равнище. Тук отново следва с гордост да отбележим, че катедра „Индустриален бизнес и логистика“ бе първата в ИУ-Варна, която предложи бакалавърска програма в дистанционно обучение, което намери своето отражение и в приема през следващите години.

Освен специалности „Индустриален бизнес и предприемачество“ и „Корпоративен бизнес и управление“, катедра „Индустриален бизнес и логистика“, администрира и специалности „Логистика“ и „Бизнес и мениджмънт (с преподаване на английски език)“ в бакалавърска степен и „Логистичен мениджмънт“ в магистърска степен. Богатият 75 годишен опит, натрупан при обучение на студентите от „Индустриален бизнес и предприемачество“ помага да се поддържат високи европейски стандарти и при по-новите специалности, за да бъдат те конкурентоспособни и да подготвят качествени кадри за различните сектори от икономиката.

Очакваното от бизнеса и обществото високо качество на обучението, изисква наличието на висококвалифициран екип от преподаватели. Към момента броят на редовните преподаватели в катедра „Индустриален бизнес и логистика“ е 13, като от тях 7 са доценти, 5 – главни асистенти с докторска степен и един асистент. Със задоволство следва да отбележим активната консултантска и експертна дейност на членовете на катедрения колектив, обстоятелство високо ценено от студентите. Тази дейност е широкопрофилна и показва високата квалификация и изключителните практически знания и умения на преподавателите. Те са ангажирани с управление на предприятия, разработване на документи за развитие на общини, изграждане и внедряване на интегрирани системи за управление на бизнес процесите, консултиране на фирми, разработване и управление на проекти по оперативни програми, счетоводни, данъчни и финансови консултации и др. Също така преподаватели от катедрата участват и в редица експертни съвети в страната, в т.ч. за подпомагане органите на държавното и регионално управление по проблеми от регионален характер; по проблеми на заетостта и безработицата. Активно участие на членове на катедрата има в работата на регионални, областни и общински органи където се анализират и планират политиките и стратегиите за развитие на съответните структури, а също така и в различни по своя характер неправителствени организации. В резултат на всичко това натрупаният практически опит се проектира в знанията, уменията и компетентностите на обучаваните студенти и благоприятства успешната им професионална реализация.

Трябва да обърнем внимание и на отчитането на мнението и препоръките на бизнеса и работодателските организации от региона, при всяка актуализация на учебния план и учебните програми на специалността. Във връзка с това следва да се подчертае, че катедра „Индустриален бизнес“ развива ползотворно сътрудничество с Българска стопанска камара - Варна, Асоциация на индустриалния капитал в България, Варненска търговско-индустриална камара, както и с редица компании от реалния бизнес, органи на общинската и държавна администрации. Съвместно с тези партньори се провеждат обучения в различни направления, като в същото време те оказват и пълно съдействие на научно-изследователската дейност на членовете на катедрата. Може да се каже, че освен богатия бизнес опит, който е наличен в катедрата, именно връзките с работодателски и бизнес организации са другият важен фактор, който осигурява и поддържа практическата насоченост, приложимост и актуалност на обучението в специалност „Индустриален бизнес и предприемачество“. Тук следва да се споменат и регулярните посещения в индустриални предприятия, организирани от членовете на катедрата, които дават възможност на студентите да онагледят получените знания с визия за процесите и дейностите в индустриалното производство.

В заключение следва да се отбележи, че през изминалите 75 години, специалност



„Индустриален бизнес и предприемачество“ се е превърнала в традиционна за Икономически университет – Варна, а преподавателите от катедра „Индустриален бизнес и логистика“ – в значимо звено, подготвящо професионалисти с висше образование, както за индустрията, така и за останалите сектори от икономиката, за държавната и общинска администрации и за неправителствените организации.

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО,  
ИНОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ**

**COMPETITIVENESS, ENTREPRENEURSHIP,  
INNOVATIONS AND TECHNOLOGICAL  
DEVELOPMENT**

## ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ УМЕНИЯ КАТО ПРЕДПОСТАВКА ЗА АКАДЕМИЧНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В БЪЛГАРСКИТЕ УНИВЕРСИТЕТИ

*проф. д-р Николай Щерев<sup>1</sup>, доц. д-р Даниел Йорданов<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Университет за национално и световно стопанство, гр. София*

## PROFESSIONAL SKILLS AS A REQUIREMENT FOR ACADEMIC ENTREPRENEURSHIP IN BULGARIAN UNIVERSITIES

*Prof. Nikolay Sterev, PhD<sup>1</sup>, Assoc. Prof. Daniel Yordanov, PhD<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> UNWE-Sofia, Bulgaria*

### Резюме

Академичното предприемачество е съвременния отговор на обществото по отношение на развитие на високите технологии. Следвайки добрите примери, развитието на университетски центрове за насърчаване на академичното предприемачество са сред основните направления за сътрудничество между бизнеса и университетите. Въпросите, които следва да се решат са свързани с необходимата професионална компетентност на "бъдещите предприемачи". Съобразно това, настоящият доклад дава отговор на въпроса: в каква степен младите хора трябва да притежават задълбочени или специализирани знания, за да бъдат успешни предприемачи. В допълнение, се поставят въпросите за обучението по предприемачество в университетите и предлагат възможности за дистанционно и отдалечено обучение на студентите, което да повиши предприемаческата им култура и инициативност на основата на подходите на споделената творческа работа (co-creation) и споделените пространства (co-working).

**Ключови думи:** академично предприемачество, предприемачески умения, професионални умения, български университети

**JEL Класификация:** L26, M13

### Abstract

Academic entrepreneurship is societal response to high technology development. Following good examples, the development of university centers for the promotion of academic entrepreneurship are among the main directions for cooperation between business and universities. The issues that should be resolved are related to the necessary professional competence of the "future entrepreneurs". Accordingly, this paper answers the question: to what extent do young people need in-depth or specialized (professional) entrepreneurial skills to be successful entrepreneurs. In addition, questions are raised about entrepreneurship education in universities and offer opportunities for remote and distance learning to students, which will increase their entrepreneurial culture and initiative based on the approaches of shared work (co-creation) and shared spaces (co- working).

**Keywords:** academic entrepreneurship, entrepreneurial skills, professional skills, Bulgarian universities

**JEL Classification:** L26, M13

## Въведение

Още с възникване на първите икономически теории преди повече от 400 години се поставя въпроса за ролята и мястото на предприемача. И независимо от еволюцията на разбиранята за предприемача от 17-ти век насам, един от основните въпроси, който се поставя е за знанието и уменията на предприемача – създател на нов и/или усъвършенстван бизнес (Stereov and Penchev, 2023). Именно изменението, еволюцията на разбирането за предприемачеството и предприемача са в основата на съвременното обучение по икономика. По този начин, разбирането за функциите и ролята на предприемача, определя необходимостта от придобиване на определени предприемачески знания и умения.

Въвеждането на съвременните предизвикателства пред необходимите компетентности на „модерния“ предприемач се определят от настоящето разбиране за предприемачеството. Така можем да определим като съществено определението на Hébert and Link (1989), които определят предприемача като: „... човек, а не екип, група или организация. ... Предприемаческите действия се извършват във всички общества от индивиди, чиято преценка се различава от нормата на обществото.”

И така, както е налице еволюция в разбирането за водене на бизнес от възникване на първите икономически концепции през 15-16 век, така и разбирането на предприемача и неговия предприемачески бизнес се променя във времето. По този начин от времето на Кантилион, Адам Смит, през Тейлър, А.Файол и Шумпетер, до съвременното разбиране за споделена икономика и „споделено предприемачество“ предприемаческата дейност е нейните основи се променят от материалното (респ. земя и машини: времето на А.Смит и др.) през хората (респ. труд и организацията на труда: времето на Тейлър, Файол и Шумпетер) към информацията и интелектуалните резултати (в наши дни). На тази основа, съвременното предприятие, основано на предприемаческата дейност на един или няколко „предприемачи“, разчита предимно на „собственика на интелектуалната собственост“ и трансфера на знания между отделните стопански играчи / предприемачи.

Една от първите публикации, която посочва „нововъзникващата“ ролята на университетите за улесняване на предприемаческия процес е представена от Lamont (1972), който поставя фокус върху обучението на „корпоративни“ предприемачи. Следвайки този подход, акцент е поставен върху програмите и съдържанието на предприемаческото обучение. С развитието на техниката и технологиите, обмена между отделните „предприемачи“ се подобрява, което променя акцента от обучението на предприемачи към трансфера на знания като по този начин Университети и Изследователските центрове се превръщат в привлекателни точки за създаване и развитие на предприемачи. Следвайки изследванията на Toole и Czarnitzki (2007), предприемачество и неговия успех се определя от формата и средствата на трансфер на технологии. В този смисъл предприемачът се определя като изследовател, който участва в комерсиализацията на създадена от него технология, техника или процесна рационализация.

През последните няколко години, като един от ефектите от повишената дистанционна работа, се установява, че един от основните инструменти за налагане на предприемачеството чрез подкрепата на бизнес инкубатори вече не е толкова ефективен. За целта е необходимо да се създава цялостна инфраструктура на насърчаване на предприемачеството, която да включва единно разбира по оста: „технологично/организационно ноу-хау – предприемаческо обучение – предприемачески компетентности – технологичен трансфер“. (Табл. 1)

Форми на предприемаческа подкрепа

Подкрепа на предприемаческия процес	Организация на предприемаческия процес	Форми на технологичен трансфер
Експертни консултации /споделено предприемачество/	Центрове за върхови постижения	Семинари, конгреси, форуми
Продължаващо обучение по предприемачество	Бизнес инкубатори и бизнес паркове	Патенти и лицензи
Целеви изследвания и споделени изследвания	Офиси за трансфер на технологии /ТТО/	Изследователски бази-данни
Изследователски /споделени/ лаборатории	Споделени пространства	Публикации
Обмен на предприемачески практики		

*Източник: адаптация по Autio, E. and Laamanen, T. (1995) 'Measurement and evaluation of technology transfer: review of technology transfer mechanisms and indicators', Int. J. Technology Management, Vol. 10, No. 7/8, pp.643–664. в Vedovello and Godinho (2003)*

Съблюдавайки горното, обучението по предприемачество като една от формите на предприемаческа подкрепа следва да предлага създаването на подходящи предприемачески компетентности.

## 1. Дефиниране на предприемаческите компетентности

Идентифицирането на предприемаческите компетентности изисква първо да се въведе дефиниция за компетентност. Възприемайки най-общото определение, компетентността се свързва със съвкупността от знания, умения, нагласи и отношения, които индивидът придобиват в процеса на обучение. При това, компетентността изразява не толкова съдържанието на придобиваните знания и умения, колкото с индивидуалното поведение и начина, по който отделния индивид използва / демонстрира че използва придобитите знания и умения.

На тази основа предприемаческите компетентности се свързват с изразеното предприемаческо поведение на индивидите в обществото. По-конкретно, предприемаческите компетенции се дефинират като индивидуални поведенчески характеристики, проявено предприемаческо поведение и нагласи, които допринасят за предприемаческия успех (Йорданов, 2023). Разбира се, предприемаческите компетенции следва да се определят чрез съвкупността от знанията и техническите способности, необходими за стартиране и управление на предприемачески бизнес (Минков и Вунова, 2006; Коев, Вунова и Минков, 2010 и др.)

Определянето на важността на предприемаческите компетентности е свързано с решаване на 2 основни въпроса:

Първо, кои са основните елементи на демонстрираното предприемаческо поведение?

Второ, каква е ролята на знанията и техническите способности за стартиране на предприемачески бизнес?

Отговорът на вторият въпрос до голяма степен е свързан с ролята на предприемаческото обучение. Доколкото през последния век предприемаческото обучение е ориентирано към създаване на технически знания за създаване и управление на микро и малки

предприятия, последното десетилетие показва, че са налице значителни критики към „фаворизирането на подобно предприемаческо обучение“. Така например, Neergaard, Ulhøi (2007), критикува подхода на съществуващите програмите за образование и обучение по предприемачество, основаващи се на развитие единствено на знанията за стартиране и управление на предприемачески бизнес.

Отговорът на първия въпрос, обаче е свързан с решаване на научен спор, до колко предприемаческото поведение е проявено и как да се установи наличието на „спотаено“ предприемаческо поведение. Част от авторите (Gartner, 1988; Baron, 2004; Timmons, 1985) дефинират по-широк подход като разглеждат съвкупността от когнитивни, психологически и социални умения за успеха на предприемачите и предполагат, че тези компетенции са по-важни от самите технически умения за създаване на предприемачески бизнес. Така например, Baron (2004) препоръчва предприемаческото обучение да се фокусира върху придобиване на когнитивните и поведенческите компетенции като: разпознаването на възможности и работата в мрежа в едно с упоритостта и адаптивността, както и способността да се учим от неуспехите. Други автори, обаче, (Gartner, 1988), оспорват този широк подход е подчертават единствено значението на личните характеристики и компетенции при определянето на успеха (и при обучението) на предприемачите.

Независимо от избрания подход за дефиниране на предприемаческите компетенции, през последните години все повече набират известност изследванията не толкова върху предприемача и неговите личностни нагласи, колкото върху ролята на обучаващия по предприемачество да подпомогне проявлението на тези предприемачески нагласи. Така например, Brush, (2014) поставя акцент върху това, че ученето чрез преживяване, включително възможности за обучаемите да започнат и управляват свои собствени предприятия. Нещо повече, Kutzhanova, Lyons, & Lichtenstein (2009) измерват значението на личния коучинг и коучинга в групата за развитието на предприемаческите компетенции. Допълнителни аргументи в тази насока могат да се намерят и в редица други изследвания: Mitchelmore, & Rowley, 2010; Robles, & Zárraga-Rodríguez, 2015; Smith, et al. 2004; Ferreras-Garcia et al. 2021; Padilla Angulo, et al. 2021; Sterev, Hertleer, et. al. 2021; Sterev, et. al. 2022, Йорданов 2023; и др.

## **2. Описание на предприемаческите компетентности**

Независимо от възприетите подходи за дефиниране на предприемаческите компетенции и формите за тяхното придобиване, е налице голяма разнообразие от „списъци“ на тези компетенции. При анализ на тяхното съдържание може да се установи, че до голяма степен различните автори се допълват и се обединяват около една и съща или много сходна група индивидуални поведенчески характеристики, дефинирани като предприемачески компетентности (Йорданов, 2023).

На тази основа, може да се възприеме като значима за развитие на предприемачеството дефинираната от ЕК Европейска рамка на предприемаческите компетенции (Basigalupo, et. al. 2016). Тя включва самооценка на ефективността на предприемача по отношение на предприемаческото поведение в три основни групи: Идеи и възможности; използване на ресурсите; и ориентация към действие. По-конкретно, основните предприемачески компетентности се свеждат до следните:

1. Валидиране на идеи: способността да се прецени /оцени способността на една идея да носи стойност в бъдеще;
2. Визионерство: способността да се „погледне“ отвъд съществуващото статукво;

3. Етично мислене: способността да се разбират ефектите от предприемаческата дейност върху различни заинтересовани страни;
4. Инициативност: способността да се премине към действие;
5. Креативност: способността за предложение на идеи, които могат да дадат нова стойност или да използват възникнали предизвикателства;
6. Мобилизиране на ресурси: способността да се управляват ресурсите и особено времето;
7. Мобилизиране на хората: способността да се създаде ентузиазъм у другите относно реализацията на предприемаческата идея;
8. Мотивираност: способността да се превърне целта в резултат;
9. Набелязване на възможности: способността да се „забелязват“ основни предизвикателства е да се откриват съществуващи или потенциално нови предизвикателства;
10. Планиране: способността да се разпределят предприемачески задачи във времето и пространството;
11. Работа с другите: способността да се работи в (предприемаческа) „мрежа“ с други хора и организации;
12. Самоефективност: способност да се направи самооценка на силните и слабите страни на индивида;
13. Справяне с несигурността: способността да се избират решения, намаляващи предприемаческия риск;
14. Учене чрез опит: способността да се усвояват предприемачески умения от обучители, ментори и наставници.
15. Финансова грамотност: способността да се разбира стойността на всичко: ресурси, резултати и пр.;

Използвайки предложените предприемачески компетентности от Applegate, Kraus, and Butler, 2016, Podile, et al 2011, Mejri, Zouaoui 2020, Covin, Slevin, 1989 и др. могат да се очертаят и още няколко такива компетентности:

16. Адаптивност: способността за промяна на предприемаческите действия според промяната в средата и промяната в предизвикателствата;
17. Интуитивност: способността да се преценяват предизвикателствата на основата на вътрешната предприемаческа интуиция;
18. Устойчивост към провал: способността да се възприемат предприемаческите неуспехи като временно проявление на предизвикателствата;
19. Оптимизъм: способността да се оценяват предизвикателствата и възможностите от положителната им страна;
20. Предприемаческа страст: способността да се изпитва (и предава на другите) страстта за реализация на предприемаческата идея;
21. Управление на стреса: способността да се работи еднакво ефективно при ниско и при високо напрежение в работата;
22. Лидерство: способността да се привличат последователи при реализацията на предприемаческата идея.

Независимо от избраната съвкупност от предприемачески компетентности, определянето на съвкупността и съдържанието на обучението по предприемачество в университетите следва да се съобрази със следното:

- Обучението по предприемачество следва да води до създаване и развитие на високо мотивирани и добре квалифициране работни ресурси, проявяващи творчество и създаващи иновации – в тази насока изследванията на редица учени са свързани с

установяване ролята на Университетите в националната бизнес екосистема и по-точно обучението по предприемачество и създаването на предприемачески нагласи на младите хора, които водят до значително увеличаване на иновациите и бизнес успехите в регионите, близки до тези университети. На тази основа, обучението и създаването на предприемачески нагласи следва да не се третира /от университетите/ като създаване на самозаетост, а да се определя като един от съществените инструменти за създаване на „ценен“ човешки капитал.

- Обучението по предприемачество следва да използва най-новите технологии за разпространение на информацията, посредством съвременни инструменти и подходи, например: социалните мрежи, бизнес мрежи и пр., водят до изключително нарастване на обема на информационните потоци. На тази основа, развитието предприемаческите компетентности следва да се основава на използване на големи данни с информация за успехите/неуспехите на младите хора, свързани с притежаването/отсъствието на определени предприемачески способност/умения, и респ. използването на инструменти на изкуствения интелект при обработката и анализа на тези големи данни.

### **3. Развитие на предприемаческите компетентности в университетите**

Използването на академичните възможности чрез обучение да се създават и развиват предприемачески компетентности могат да се демонстрират с оценка на промяната на предприемаческите нагласи и поведение /оценката е на основата на Европейската референтна предприемаческа рамка/ на студенти и преподаватели при провеждане на извън-аудиторно обучение. Основните поведенчески въздействия, които се целят при това обучение са:

- Креативност – участието в обмен на различни идеи, срещата с различни хора с техните специфични компетенции /знания, умения и опит/, обсъждането на предприемачески идеи, дори и чужди, в рамките на срещите-дискусии, позволяват на участващите заинтересовани лица да бъдат по-креативни в своята обичайна дейност, дори и извън академичното предприемачество. По този начин тази креативност се пренася и в трудовата работа и тези хора са по-успешни на работното си място.

- Визионерство – възможността да се види „собствената“ идея през „очите на другите“ дава възможност на участниците в предприемаческото обучение да „надскочат“ своите лични граници. По този начин се променя тяхната позиция и те „започват да разсъждават отвъд“ техните мисловни ограничения. Това им позволява да бъдат много по-проницателно по отношение на бъдещите планове и тяхната реализация.

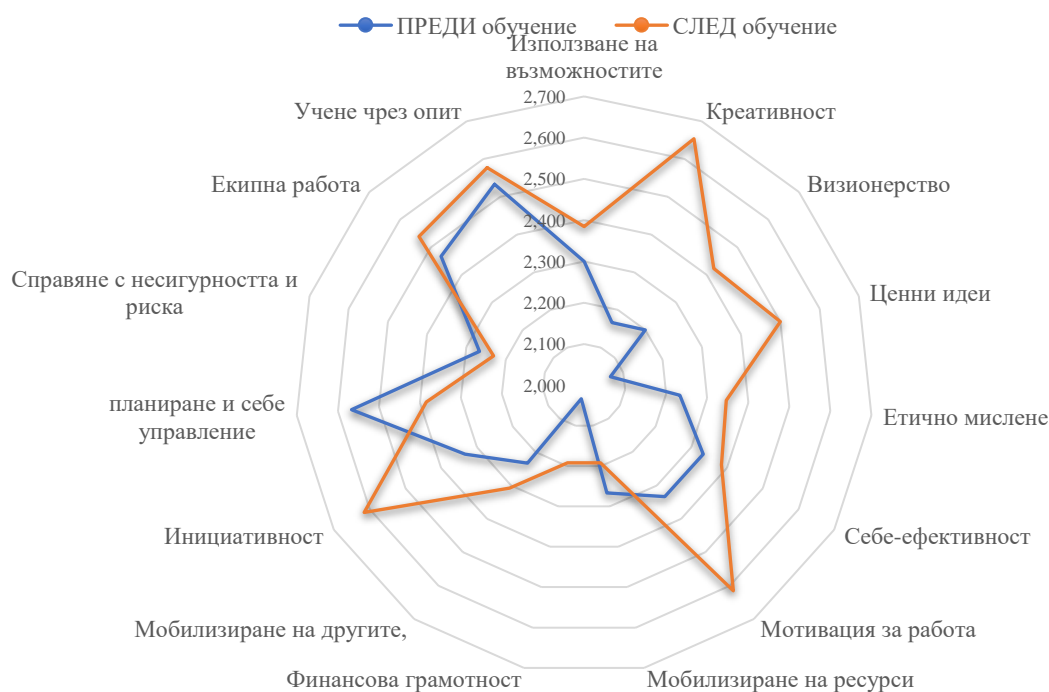
- Инициативност – възможността да се споделят собствени предприемачески идеи показва на участниците, че инициативността не е „лоша черта“. Възприемането на поведението, че „първите редици винаги падат първи в боя“ възпрепятства инициативността във всяка една сфера на дейност. Това развива чувството за инициатива на заинтересованите лица студенти / академични преподаватели / изследователи / представители на бизнеса и пр.

- Мотивация за работа – успешните служители са високо мотивирани. Участието в предприемаческото обучение позволява на участващите заинтересовани лица студенти / академични преподаватели / изследователи / представители на бизнеса и пр. да бъдат много по-мотивирани и въодушевени при извършване на своята обичайна дейност. „Носени от крилата“ на проявлението на творчество и инициативност, участващите заинтересовани лица „намират“ подходящото трудово поведение, което им носи успех в обичайната трудова дейност. Нещо повече, верифицирането на знанията и уменията,



които те притежават, ги вдъхновява и ги кара за осъзнаят, че могат да постигнат повече и това също повишава тяхната лична мотивация;

Потвърждение за тези ефекти на „допълващото“ предприемаческо обучение е представено на фиг. 1.



**Фигура 1. Промяна на нагласите ПРЕДИ и СЛЕД обученията по академично предприемачество**

*Източник: Sterev, N., Milusheva, P., Hertleer, C., Saeed, H. Guagliumi, V. (2021), Entrepreneurial process in Textile and clothing industry: Technical Report, PH-TU Sofia, r4 Entrepreneurial Process TCI.pdf (ict-tex.eu)*

Съобразно тези резултати, може да се изведе и специфичната роля на обучаващия, ментора, наставника в „допълващото“ предприемаческо обучение (Stere et al. 2023):

- Академични наставници. Тази група включва академични преподаватели /за препоръчване е да имат или да са имали собствен предприемачески бизнес/, които подпомага академичните предприемачи. Тяхната роля е да дават насоки и указания на академичните предприемачи без да влияят върху предприемаческата им идея. Необходимо е поне веднъж на 2 седмици да се организират срещи-дискусии като чрез подходящи приложни инструменти да се демонстрират определени професионални и личностни умения, необходими за успеха на един академичен предприемач. Привличането на подобна група академични наставници изисква създаване на подходящи механизми в рамките на заетостта на преподавателите в академичната институция (ако са налице подобни академични преподаватели в институцията – б.а.) или подходящи механизми (чрез договори за сътрудничество с други академични институции) за включване на техни академични преподаватели.

- Академични тютори. Тази група включва успешно реализирали се предприемачи или успешни ръководители. Тяхната роля е да насърчават академичните предприемачи да реализират своите предприемачески идеи. Те споделят своя опит, който може да се превърне в групов опит за всички студенти / академични преподаватели /

изследователи. Необходимо е веднъж на месеца да се организират срещи с академичните тютори. Привличането на една подобна група академични тютори изисква използване на механизмите на Алумни клубовете (лица, завършили академичната институция и успешно реализирали си в професионалната сфера). Привличането на академичните тютори е свързано с предоставянето им на „специален“ статут в академичната институция (чрез популяризиране на тяхното участие, признание за участието в процеса на предприемаческо обучение и пр.).

- **Индустриални ментори** – необходимо е да се привлекат и хора от индустрията в различни професионални направления, които да подпомагат академичните предприемачи като бизнес, технологични или производствени ментори.

### **Заклучение**

Безспорно академичното предприемачество набира все повече привърженици в условия на нарастващо търсене на иновативни идеи и трансфер на иновативни идеи и технологии от академията /университети и изследователски институции/ към бизнеса.

Насърчаването на академичното предприемачество, обаче изисква създаване на подходяща инфраструктура, чрез която да се реализира успешно взаимодействието „академия - бизнес“. Тук обаче се отчита не само физическото съществуване на „звено за трансфер на технологии“ и/или „старт-ъп / предприемачески център“ и пр., а създаване на цялостна предприемаческа екосистема, чрез която да се поддържа взаимодействието между академичните предприемачи и бизнеса.

Разбира се, академичната предприемаческа екосистема е неразривно свързана със съществуващите национални и регионални предприемачески екосистеми, а от друга страна, пътната карта на академичното предприемачество е част от цялостната карта за развитие на предприемачеството в даден регион /страна, населено място и пр./ Това налага при насърчаване на академичното предприемачество да се създават **ОТВОРЕНИ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ /АКАДЕМИЧНИ/ ЦЕНТРОВЕ**, чрез които да се организира допълващо предприемаческо обучение именно чрез организиране и провеждане на подходящи допълващи предприемачески обучения и тренинги, не само ще се повиши броя на академичните старт-ъпи, но и ще се повиши мотивацията и да се изградят подходящи мотивационни нагласи на участниците в целия процес, така че те да се превърнат в бъдещите бизнес лидери.

### **Благодарности**

Публикацията съдържа резултати от изследване, финансирано със средства от целева субсидия за НИД на УНСС по договор № НИД НИ 19/2021.

### **Използвана литература**

1. ЙОРДАНОВ, Д. (2023), Инструментариум за оценка на предприемаческите компетенции сред учащите, *Стратегии на образователната и научната политика* бр. 31, номер 3s, стр.25-44
2. КОЕВ, Й., ВУНОВА-НАРЛЕВА, К., МИНКОВ, И. (2010), *Предприемаческа и фирмена култура в прехода към пазарно стопанство*, Варна : Наука и икономика, 17, 2010, 487 с. - (Библ. Проф. Цани Калянджиев ; Кн. 17)
3. МИНКОВ, И., ВУНОВА, К., (2006) Трансформацията на ценностите на предприемача в процеса на развитие на бизнеса, *Известия. Списание на ИУ -Варна*, 2006, 1, 3 - 13.

4. APPLGATE L, JANET KRAUS, AND TIMOTHY BUTLER, (2016) *Skills and Behaviors that Make Entrepreneurs Successful*, by HBS Working Knowledge, <https://hbswk.hbs.edu/item/skills-and-behaviors-that-make-entrepreneurs-successful>
5. BACIGALUPO, M., KAMPYLIS, P., PUNIE, Y., VAN DEN BRANDE, G. (2016). ENTRECOMP: THE ENTREPRENEURSHIP COMPETENCE FRAMEWORK
6. BARON, R. A., & SHANE, S. A. (2005). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Thomson-Southwestern: Mason, Ohio.
7. BARON, R. A., & SHANE, S. A. (2005). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Thomson-Southwestern: Mason, Ohio.
8. BRUSH, C.G. (2014), *Exploring the Concept of an Entrepreneurship Education Ecosystem, Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century* (Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth, Vol. 24), Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 25-39. <https://doi.org/10.1108/S1048-473620140000024000>
9. BRUSH, C.G. (2014), *Exploring the Concept of an Entrepreneurship Education Ecosystem, Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century* (Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth, Vol. 24), Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 25-39. <https://doi.org/10.1108/S1048-473620140000024000>
10. COONEY, T. M. (2012), *Entrepreneurship Skills for Growth-Orientated Businesses*, Report for the Work, shop on ‘Skills Development for SMEs and Entrepreneurship’, OECD, Copenhagen, 28 November 2012, [https://www.oecd.org/cfe/leed/Cooney\\_entrepreneurship\\_skills\\_HGF.pdf](https://www.oecd.org/cfe/leed/Cooney_entrepreneurship_skills_HGF.pdf)
11. COVIN, JEFFREY G. AND SLEVIN, DENNIS PATRICK, (1989) *Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1505210>
12. GARTNER W.B. (1988). ‘Who is an entrepreneur?’ is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.
13. GARTNER W.B. (1988). ‘Who is an entrepreneur?’ is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.
14. GIANESINI G., CUBICO S., FAVRETTO G. AND LEITÃO J. (2018) *Entrepreneurial Competences: Comparing and Contrasting Models and Taxonomies* DOI:10.1007/978-3-319-89336-5\_2, In book: *Entrepreneurship and the Industry Life Cycle* (pp.13-32)
15. HÉBERT, R.F., LINK, A.N., 1989. In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics* 1, 39–49 (1989). <https://doi.org/10.1007/BF00389915>
16. HUFFMAN, D., QUIGLEY, J.M., 2002. The role of the university in attracting high tech entrepreneurship: A Silicon Valley tale, *Annals of Regional Science*, Volume 36, Issue 3, Pages 403 – 419, 2002
17. IDRIZ F., M GESHKOV, 2019, Contemporary Challenges to Personnel Development in the Industrial Company, *Economic Alternatives Journal*, , Issue 4 / 2019, pp. 596-606
18. KOPEVA D., N. STEREV, K.HALIMI, E. GJOKAJ, (2019) *Women’s Entrepreneurship - Source for Livelihood Opportunities in Rural Areas of Kosovo and in Bulgaria*, Recent Issues in Women’s Entrepreneurship, Springer, 2019
19. KUTZHANOVA, N., LYONS, T.S. & LICHTENSTEIN, G.A. (2009) Skill-Based Development of Entrepreneurs and the Role of Personal and Peer Group Coaching in Enterprise Development, *Economic Development Quarterly*, Vol. 20, No. 10
20. MEJRI R, ZOUAOU M., (2020) Entrepreneurial Competencies and Growth of New Micro Small and Medium Businesses, *Open Journal of Business and Management*, 2020, 8, 1151-1163, <https://www.scirp.org/journal/ojbm> ISSN Online: 2329-3292 ISSN Print: 2329-3284, DOI:10.4236/ojbm.2020.83074

21. MITCHELMORE S., ROWLEY J. (2010), Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* Vol. 16 No. 2, 2010 pp. 92-111, Emerald Group Publishing Limited, DOI 10.1108/13552551011026995
22. NEERGAARD H., JOHN PARM ULHØI, (2007) *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*, Edward Elgar PL, ISBN-10 1843768356
23. PODILE V., CH HEMA VENKATA, SIVA SREE, K. RAJYA LAKSHMI, (2011), "Entrepreneurial Competencies" Conference: Entrepreneurship and Small Business Management in India, Vijayawada, Andhra Pradesh, India
24. ROBLES, L & ZÁRRAGA-RODRÍGUEZ, M. (2015). *Key Competencies for Entrepreneurship*. *Procedia Economics and Finance*. 23. 828-832. 10.1016/S2212-5671(15)00389-5.
25. STEREV, N., MILUSHEVA, P., HERTLEER, C., SAEED, H. GUAGLIUMI, V. (2021), Entrepreneurial process in Textile and clothing industry: Technical Report, PH-TU Sofia, r4\_Entrepreneurial\_Process\_TCI.pdf (ict-tex.eu)
26. STEREV, N., MILUSHEVA, P., YORDANOV, D., 2022, *Entrepreneurial Process in Textile and Clothing Industry: an overview of European practices*, AUTEX 2022 - 21th WORLD TEXTILE CONFERENCE Proceeding, pp. 368 – 372, DOI: 10.34658/9788366741751.76, <http://repozytorium.p.lodz.pl/handle/11652/4409?locale-attribute=en>
27. STEREV, N., PENCHEV, P. (2023). *Historical Development of Business Economics: Bulgarian Case*. In: Çalıyurt, K.T. (eds) *History of Accounting, Management, Business and Economics*, Volume I. Accounting, Finance, Sustainability, Governance & Fraud: Theory and Application. Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-99-3346-4\\_10](https://doi.org/10.1007/978-981-99-3346-4_10)
28. STEREV, N. (2023), Pre-incubation toolkits for academic entrepreneurship fostering: Bulgarian case, *Strategies for Policy in Science and Education*, Volume 31, Number 3s, 2023, pp.90-103, <https://doi.org/10.53656/str2023-3s-7-pre>
29. TIMMONS T., SMOLLEN L. E., DINGEE AL. L. M. (1985), "New Venture Creation: A Guide to Entrepreneurship", R.D. Irwin, 1985, ISBNb0256034761, 9780256034769
30. TOOLE A.A., CZARNITZKI D. 2007. Biomedical academic entrepreneurship through the SBIR program, *Journal of Economic Behavior & Organization* Vol. 63 (2007) 716–738
31. VEDOVELLO C., GODINHO M., 2003. Business incubators as a technological infrastructure for supporting small innovative firms' activities, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management* 3(1/2), January 2003
32. YORDANOV, D., 2017, Business assessment of entrepreneurs' activity by the modification of Forbes methodology, *Infrastructure and communications in the 21st century Journal*, issue 7 (11-12) / 2017, pp.248-252
33. YORDANOV, D., 2019; Main characteristics of the modern entrepreneur, *Entrepreneurship*, Volume: VII, Issue: 1, pp. 7-15, 2019
34. YORDANOV, D., 2021, Key entrepreneurial skills. Self-Assessment Quiz: Are You Ready to Become a Business Owner? *Mining and Geology*, 1 / 2021, pp. 19-24. [https://mdg-magazine.bg/wp-content/uploads/2022/01/Br1\\_21web.pdf](https://mdg-magazine.bg/wp-content/uploads/2022/01/Br1_21web.pdf)

#### **Информация за контакт с авторите:**

проф. д-р Николай Щерев

УНСС, Бизнес факултет, катедра „Индустиален бизнес“

E-mail: [ind.business@unwe.bg](mailto:ind.business@unwe.bg)

доц. д-р Даниел Йорданов

УНСС, Факултет „Икономика на инфраструктурата“, катедра „Икономика на транспорта и енергетиката“

E-mail: [dansy@abv.bg](mailto:dansy@abv.bg)

# ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ФАКТОРИТЕ, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ ПРОЦЕСА НА СПОДЕЛЯНЕ НА ЗНАНИЯ В БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

*проф. д-р Любчо Варамезов  
Стопанска академия „Д. А. Ценов“, Свищов*

## EMPIRICAL STUDY OF FACTORS AFFECTING THE PROCESS OF KNOWLEDGE SHARING IN BULGARIAN ENTERPRISES

*Prof. Lyubcho Varamezov, PhD  
Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria*

### **Резюме**

Основен процес във фирмената система за управление на знанията е процесът на тяхното споделяне. Върху този процес влияние оказват множество фактори, които често променят посоката си на въздействие. Целта на това изследване е да се идентифицират най-важните фактори и да се оцени, чрез разработване на подходяща методология и провеждане на емпирично проучване, силата на тяхното въздействие. Това проучване ще хвърли повече светлина върху някои от най-важните въпроси и предизвикателства по отношение на споделянето на знанията в българските компании и ще предостави по-ясна и задълбочена картина на този процес, което би могло да помогне на мениджърите и лицата, вземащи решения, да разработят програми, които да осигурят успех на техните инициативи в областта на управлението на знанието.

**Ключови думи:** *знание, фактори, споделяне на знание, управление на знанието*  
**JEL Класификация:** *M12, M14, M54*

### **Abstract**

A key process in the company's knowledge management system is the process of knowledge sharing. This process is influenced by many factors that often change their direction of influence. The purpose of this study is to identify the most important factors and to assess, by developing an appropriate methodology and conducting an empirical study, the strength of their impact. This study will shed more light on some of the most important issues and challenges regarding knowledge sharing in Bulgarian companies and provide a clearer and deeper picture of this process, which could help managers and decision makers, to develop programs to ensure the success of their knowledge management initiatives.

**Keywords:** *knowledge, factors, knowledge sharing, knowledge management*  
**JEL Classification:** *M12, M14, M54*

### **Въведение**

Днес конкурентната способност на компаниите не се основава на класическите производствени фактори, а на знанията и опита на служителите. Всяка компания, която иска да се развива и расте, трябва да инвестира в човешки ресурси. Човешкият труд е и ще остане незаменим. Човешките ресурси са основният компонент на успешния бизнес.

Мениджърите гледат на стратегическото управление на знанията като на един от ключовите фактори за постигане и запазване на устойчиви конкурентни предимства. Важността на тази проблематика предизвика интереса на изследователите и през последните години в световен мащаб се появиха множество изследвания на различни аспекти

на управлението на знанията и в частност на тяхното споделяне. У нас изследователският интерес към тази тема обаче е слаб. Този факт провокира провеждането на настоящето проучване.

Целта на това изследване е въз основа на обстоен литературен преглед да се идентифицират най-важните фактори, влияещи на процеса на споделяне на знания и да се оцени, чрез разработване на подходяща методология и провеждане на емпирично проучване, силата на тяхното въздействие. Това проучване ще хвърли повече светлина върху някои от най-важните въпроси и предизвикателства по отношение на споделянето на знанията в българските компании и ще предостави по-ясна и задълбочена картина на този процес, което би могло да помогне на мениджърите и лицата, вземащи решения, да разработят програми, които да осигурят успех на техните инициативи в областта на управлението на знанието.

## **1. Изложение**

### **1.1. Управление на знания и споделяне на знания**

Управлението на знанието е съзнателен и целенасочен процес на улавяне на ценни знания (интелектуален капитал) в цялата организация, предоставяне на тези знания на хората, които се нуждаят от тях (споделяне на знания/трансфер) и използване на знанията за създаване на ново знание (иновация) или използване на знанията за решаване на проблеми или вземане на по-добри решения (Jones & Mahon, 2018). Mladkova, L. (2004) определя управлението на знанието като преднамерено усилие, което кулминира в ситуация, в която точните знания се притежават от точните хора в точното време. То включва създаване, споделяне, съхраняване и приложение на знания. В книгата си "The knowledge café" Ануащо (2021, 71-73) споделя, че помолил присъстващите в Knowledge Cafe да дефинират управлението на знанието с една дума или фраза. От представените 63 думи/фрази в 17 случая описващите управлението на знанието думи бяха или споделям, споделено, споделяне, или техни комбинации с думите знание, комуникация, информация. Не се срещаше нито една друга дума/фраза, която дори да се доближаваше по своята честота на използване до думата „споделяне“ или някоя нейна комбинация. Всъщност, определено може да се твърди, че ако в една организация не протичат процеси по споделяне на знания, ако няма изградена подходяща култура и атмосфера, насърчаващи споделянето на знания, не може да се говори за управление на знанието.

Ефективното споделяне на знания се счита за най-важният компонент за успеха на управлението на знанието. Споделянето на знания е дейността, чрез която се обменят знания между хората и организациите (Jones & Mahon, 2018), ситуация, при която информацията се прехвърля от един работник на друг и последният не само разбира, но е и готов да приложи информацията (Al-Qahtani & Aksoy, 2022).

Споделянето на знания е процес, чрез който индивидите взаимно предават своите знания и опит. То е вид социално взаимодействие между хората, при което те се учат един от друг, а знанията, притежавани от един индивид, добиват форма, която може да бъде разбрана, усвоена и използвана от други индивиди. Споделянето на знания позволява повторно използване и регенериране на знания на индивидуално и организационно ниво. Споделянето на знания в ежедневния работен процес повишава компетенциите на служителите и помага на компанията да подобри представянето си и да постигне своята мисия. Този процес води до генериране на нови идеи, извличане на ползи от знанията и опита на другите и предотвратява изтичането на знания от компанията. Успешното споделяне на знания полага основите на практическото прилагане на знанията и води до по-добри решения, които подобряват качеството на работата (Al-Qahtani & Aksoy, 2022).

Ползите на организацията от споделянето на знанието имат различни измерения. Те варират от елиминиране на дублирането на усилия, спестяване на време и енергия при достъп до информация и готови решения (Patriotta et al., 2013), по-добро екипно представяне (Srivastava et al., 2017) до подобряване на иновативното поведение и иновационното представяне и устойчивост на представянето и постигане на конкурентно предимство (Al-Qahtani & Aksoy, 2022; Wang & Noe, 2010). Особено силна е връзката между споделянето на знанието и иновативното поведение и иновационното представяне. Тази връзка се доказва от редица изследвания (Cavusgil et al., 2003; Gharieb, 2022; Ilvonen & Vuori, 2013; Yu, 2013).

Споделянето на знания е едно от предизвикателствата пред компаниите, тъй като прилагането му води до ускоряване на процеса на обучение на индивидуално и организационно ниво, до иновации и развитие на индивидуалното и организационното представяне. Компаниите трябва да се стремят да насърчават служителите да споделят своите знания, опит и умения. Нерядко обаче липсата на правилно разбиране на споделянето на знания, на бариерите и мотивиращите фактори, намалява ефективността на този процес.

## **1.2. Методология на изследването**

Влияещите на процеса на споделяне на знания фактори бяха определени чрез провеждането на обстоен литературен преглед. Той позволи да се идентифицират множество фактори. Трябва да се отбележи, че повечето фактори често променят посоката си на въздействие и играят ролята или на бариери, т.е. спъват протичането на този процес, или на негови катализатори, т.е. ускоряват/улесняват споделянето. Резултатите от проучените литературни източници по настоящата тематика показват, че най-значимите фактори, влияещи върху споделянето на знания са липсата на време (установява се от почти всички изследвания), доверието (Holste & Fields, 2010; Mooradian et al., 2006; Rahman et al., 2018; Casimir et al., 2012; Ho et al., 2012; Kuo, 2013), културата (Bureš, 2003; Chmielecki, 2013), наградите (Bartol & Srivastava, 2002; Al-Qahtani & Aksoy, 2022), несигурността (Trier et al., 2017), междуличностната комуникация (Alves et al., 2022), признанието и уважението на колегите (Ardichvili, 2008; Ipe, 2003), ангажираността (Nonaka et al., 2000), абсорбционният капацитет на получателя на знание (Szulanski, 1996), подкрепата от страна на ръководството (Jabbary & Madhoshi, 2014), удоволствието да помагаш на другите (Lin, 2007; Olatokun & Nwafor, 2012; Wasko & Faraj, 2005; Razmerita et al., 2016), реципрочността (Chang & Chuang, 2011; Hislop et al., 2018), личните ползи (Amayah, 2013), статусът в общността, репутацията (Chang & Chuang, 2011).

За целите на настоящето изследване бе разработена и анкетна карта, структурирана в 4 основни раздела (общи сведения за компанията; споделяне на знания в компанията; общи сведения за респондента; споделяне на знания - бариери и мотивиращи фактори). Този подход позволи да се събере повече информация за протичането на процеса на споделяне на знанията в проучените предприятия, макар че в тази статия се акцентира само на фактори, влияещи върху процеса на споделяне на знания. Както въпросът за факторите, така и възможните, предварително определени отговори, бяха ясно формулирани. Въпросите са затворени, но не и рамката, тъй като накрая е предоставена възможност на респондентите да допълнят по своя преценка списъка с фактори и съответно да оценят влиянието на добавеният от тях фактор. Респондентите бяха помолени да оценят посочените фактори по петстепенната скала на Likert, при която отговорите варираха от 1 (силно несъгласен) до 5 (силно съгласен). Изчисляването на средна оценка позволява факторите да се ранжират по степента на влиянието, което оказват върху процеса на споделяне на знания в проучените компании.

За оценка на факторите, влияещи върху споделянето на знания, бе проведено анкетно онлайн проучване. То бе извършено в периода февруари 2023 г. – март 2023 г. със съдействието на Германо-българската индустриално-търговска камара (ГБИТК). Анкетните карти, заедно с придружителното писмо, в което са обяснени същността и целите на изследването и посочен срокът за попълване на анкетата, бяха изпратени до 420 компании, опериращи в България и включени в базата данни на ГБИТК. Върнатите изцяло попълнени анкети са 57 бр. (13.57 %).

### 1.3. Резултати и дискусия

Проучени са предприятия от 24 отрасли, от различни размерни групи, с доминация на големите и средните компании. Делът на компаниите с български и чуждестранен капитал е еднакъв – по 40.35%, а останалите са със смесен капитал, като повече от половината изследвани фирми (52.63%) са част от по-голяма чуждестранна организация. Изградено звено за управление на знанията има в 9 от анкетираните предприятия (15.79%), а в голяма част от тях (45.61%) с управление на знанията се занимава отдел „Човешки ресурси“. Останалите компании или възнамеряват да изградят такова звено, или смятат, че поради малкия размер на предприятието нямат ресурси или нужда да управляват знанията.

Две трети от респондентите, сред които преобладават мениджърите, са жени. С едно изключение, всички са с най-малко едно висше образование. С повече от едно висше образование или с докторска степен са 28.07% от анкетираните. Знанията, необходими за извършване на присъщата им работа, най-често са придобити в резултат на обучение, самостоятелно учене, наблюдения или от други работници/служители на компанията. По отношение на трудовия стаж в компанията, в най-голямата група (35.09%) са тези със стаж над 15 г., а в най-малката група (5.27%) попадат анкетираните със стаж в компанията до 1 г.

По-голямата част от анкетираните компании (63.16%) изпитват както недостиг на кадри с необходимите за бизнеса знания (29.82% много често и 33.33% изключително често), така и сериозни трудности при привличане на служители с необходимите знания (35.09% много често и 28.07 изключително често). Удовлетвореност от ефективността на процеса на споделяне на знания изразяват по-малко от половината компании (42.11%). Повече от  $\frac{3}{4}$  от тях (77.19%) споделят мнението, че споделянето на знания трябва да става доброволно. Всички проучени компании (100%) отбелязват, че споделянето на знания подобрява представянето на отделното звено или компанията като цяло.

Анкетното проучване показва, че факторите, които влияят най-силно върху процеса на споделяне на знания са „липсата на време“ (4.5088), „организационната култура“ (4.3158), „колегиалните взаимоотношения“ (4.2456), „доверието“ (4.2281), „удоволствието да помагаш на другите“ (4.1403), „подкрепата на ръководството“ (4.1403), „признанието на ръководството“ (4.0877). Получените резултати до голяма степен потвърждават резултатите от посочените по-горе изследвания. Както вече бе отбелязано, повечето от факторите могат да или ограничават, или да насърчават хората да споделят своите знания. Така например организационната култура, като важен емоционален аспект от живота на организацията може или да улесни, или да попречи както на доверието между колегите, така и в крайна сметка на споделянето на знания между тях. Наличието или липсата на доверие улеснява или пречатва провеждането на различни инициативи в областта на споделянето на знания. Когато служителите имат проблеми в своята работа, за да получат помощ, те обикновено се обръщат към свои колеги в компанията, на които имат доверие. Хората се чувстват мотивирани да споделят своите знания, когато имат доверителни отношения с други хора. Малко вероятно е служителите да споделят



знанията си без доверие - доверие, че от отсрещната страна няма да злоупотребяват с тези знанията си. От своя страна получателят на знание също трябва да изпитва доверие към източника на знанието и да вярва, че знанието е точно, достоверно и не е подвеждащо. Хората споделят свободно и непринудено своите знания, когато междуличностните отношения в колектива са силни и в компанията съществува високо чувство за общност. За да се постигне това, мотивацията за споделяне на знания трябва да включва натрупване на признание и желание да се помогне на колегите. Потвърди се и важноста на подкрепата от страна на висшето ръководство, насърчаваща служителите на компанията да споделят знанията си. Това е важно за изграждане на атмосфера на доверие и взаимодействие между служителите, така че да могат да споделят доброволно и мотивирано своите знания и опит един с друг. Очаква се тези, които са споделили знания, да получат подходящо признание и да се възползват от знанията и участието (Ipe, 2003).

В същото време някои фактори, които традиционно се считат за определящи при споделянето на знания, получиха ниски оценки от нашите респонденти. Това се отнася най-вече за различните видове награди или възможностите за кариерно израстване. Някои автори (Al-Qahtani & Aksoy, 2022; Bartol & Srivastava, 2002) твърдят, че споделянето на знания, поради своята необичайност, изисква стимули и насърчение, а компенсирането на служителите оказва влияние върху желанието им да споделят знанията си. Те твърдят, че наградите и стимулите (споделяне на печалба, опции за акции на служителите) са полезни за подобряване на споделянето на знания в екипите и съответно между работните звена. Настоящото изследване обаче не потвърди, че наградите играят важно значение при мотивирането на служителите да споделят своите знания. В някои случаи хората имат неогоистични действия към мотивация, като споделят знания, без да получават никакви награди. Например, някои могат да споделят знания с цел да се утвърдят като експерти, а други искат да споделят своя опит и да наставяват нови служители (Ardichvili 2008). Според настоящето изследване възможностите за кариерно развитие, както и абсорбционният капацитет също не се оказаха важни фактори в процеса на споделяне на знания.

### **Заклучение**

Настоящото изследване постигна своите цели – идентифицирани бяха най-значимите фактори, които влияят върху процеса на споделяне на знанията и бе оценено въздействието на най-значимите от тях върху този процес в български компании. Някои резултати от предишни изследвания бяха потвърдени, а други не. Те могат да се използват от мениджърите на българските предприятия като ориентир при изграждането на системи за управление на знанията и усъвършенстването на вече съществуващите. Независимо от всичко, основна задача на мениджмънта е изграждането на подходяща среда, която да улеснява процеса на споделяне на знания.

### **Използвана литература**

1. Alves, J., Nadae, J. d. & Carvalho, M.d. (2022). Knowledge Management Enablers and Barriers: Exploring the Moderating Effect of Communication Barriers. *International Journal of Managing Projects in Business*, 15(7), pp. 1091-1122.
2. Al-Qahtani M.A. & Aksoy M.S. (2022). Collaborative tools and techniques of knowledge sharing: a literature review. *Journal of Computer and Communications*, 10, pp. 45-54.
3. Amayah, A. T. (2013). Determinants of Knowledge Sharing in a Public Sector Organization. *Journal of Knowledge Management*, 17(3), pp. 454-471.
4. Anyacho B. *The knowledge café*. (2021). Berrett-Koehler Publishers, Inc.

5. Ardichvili, A. (2008). Learning and Knowledge Sharing in Virtual Communities of Practice: Motivators, Barriers, and Enablers. *Advances in Developing Human Resources*, 10(4), pp. 541-554.
6. Bartol, K. M. & Srivastava, A. (2002). Encouraging Knowledge Sharing: The role of organizational reward systems. *Journal of Leadership and Organization Studies*, 9(1), pp. 64–76.
7. Bureš, V. (2003). Cultural Barriers in Knowledge Sharing. *E+M Economics and Management*, Liberec, vol.6, special issue, pp.57-62, ISSN 1212-3609.
8. Casimir G., Lee K. & Loon M. (2012). Knowledge sharing: influences of trust, commitment and cost. *Journal of Knowledge Management*, 2012, 16(5): 740–753.
9. Cavusgil, S., Calantone, R. J. & Zhao, Y. (2003). “Tacit knowledge transfer and firm innovation capability.” *Journal of Business & Industrial Marketing*, 18(1), pp. 6–21.
10. Chang, H. H. & Chuang, S.-S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information & Management*, 48(1), pp. 9-18.
11. Chmielecki, M. (2013). Culture as a Barrier of Knowledge Sharing. *Journal of Intercultural Management*, 5(2), pp. 101–111.
12. Gharieb, M. E. (2022). Factors Affecting Knowledge Sharing in the Administrative Work Environment. *TEHNIČKI GLASNIK* 16, 2(2022), pp. 187-196.
13. Holste, J.S. & Fields, D. (2010), “Trust and tacit knowledge sharing and use”, *Journal of Knowledge Management*, 14(1), pp. 128-40.
14. Hislop, D., Bosua, R., & Helms, R. (2018). *Knowledge Management in Organizations*. Fourth edition. Oxford University Press.
15. Ho, L.-A., Kuo, T.-H. & Lin, B. (2012). How social identification and trust influence organizational online knowledge sharing., *Internet Research*, 22(1), pp. 4-28.
16. Ilvonen, I. & Vuori, V. (2013). Risks and benefits of knowledge sharing in co-opetitive knowledge networks. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 13(3), pp. 209 – 223.
17. Ipe, M. (2003). Knowledge Sharing in Organizations: A Conceptual Framework. *Human Resource Development Review*, 2(4), pp. 337–359.
18. Jabbary, N. & Madhoshi, M. (2014). Factors Affecting Knowledge Sharing Behavior in Academic Communities: Grounded Theory. *International Journal of Education and Practice*, 2(6), pp. 26-136.
19. Kuo, T.-H. (2012). How expected benefit and trust influence knowledge sharing. *Industrial Management & Data Systems*, 113(4), pp. 506-522.
20. Lin, C. P. (2007). To share or not to share: Modelling knowledge sharing using exchange ideology as a moderator. *Personnel Review*, 36(3), pp. 457–475.
21. Mladkova, L. (2004) *Management Znalostí Praxi*. Professional Publishing, Praha.
22. Mooradian T.A., Renzl B. & Matzler K. (2006). Who trusts? Personality, trust and knowledge sharing. *Management Learning*, 37(4), pp. 523-540.
23. Olatokun, W. & Nwafor, C. I. (2012). The effect of extrinsic and intrinsic motivation on knowledge sharing intentions of civil servants in Ebonyi State, Nigeria. *Information Development*, 28(3), pp. 216-234.
24. Patriotta, G., Castellano, A. & Wright, M. (2013) Coordinating Knowledge Transfer: Higher Managers as Higher-Level Intermediaries. *Journal of World Business*, 48, pp. 515-526.
25. Rahman, M.S., Daud, N.M. & Raman, M. (2018). Knowledge sharing behaviour among non-academic staff in higher learning institutes: The role of trust and perceived risk. *Knowledge Management & E-Learning*, 10(1), pp. 113-124.

26. Razmerita, L., Kirchner, K. & Nielsen, P. (2016). What factors Influence Knowledge Sharing in Organization? A Social Dilemma Perspective of Social Media Communication. *Journal of Knowledge Management*, 20(6), pp. 1225-1246.
27. Szulanski, G. (1996). Exploring Internal Stickiness: Impediments to the Transfer of Best Practice Within the Firm, *Strategic Management Journal*, 17, pp. 27-43.
28. Srivastava, A., Bartol, K. & Locke, E. (2017). Empowering Leadership in Management Teams: Effects on Knowledge Sharing, Efficacy, And Performance. *Academy of Management Journal*, 49, pp. 61239-1251.
29. Trier, M., Fung, M. & Hansen, A. (2017). Uncertainties as Barriers for Knowledge Sharing with Enterprise Social Media. In *Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems (ECIS)*, Guimarães, Portugal, June 5-10, pp. 1619-1630.
30. Yu, C., Yu, T. F. & Yu, C. C. (2013). Knowledge sharing, organizational climate, and innovative behavior: A cross-level analysis of effects. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 41, pp. 143–156.
31. Wang, S. & Noe, R.A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resources Management*, 20(June), pp.115-131.
32. Wasko, M. M. & Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS Quarterly*, 29(1), pp. 35-57.

**Информация за контакт с автора:**

*проф. д-р Любчо Варамезов*

*Стопанска академия „Д. А. Ценов“, Свищов, катедра „Индустиален бизнес и предприемачество“*

*E-mail: l.varamezov@uni-svishtov.bg*

# РОЛЯ НА ОПУБЛИЧЕНАТА В ИНТЕРНЕТ ФИРМЕНА КУЛТУРА ЗА ГОЛЕМИТЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НА ПИВО В БЪЛГАРИЯ

доц. д-р Илиан Минков  
Икономически университет – Варна

## ROLE OF THE ONLINE PUBLICIZED CORPORATE CULTURE FOR THE LARGE BEER MANUFACTURERS IN BULGARIA

Assoc. Prof. Ilian Minkov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

В съвременните условия на цифровизация, глобализация и динамична бизнес среда все по-важна за конкурентното позициониране на бизнеса се явява неговата визуализация в дигиталното пространство. Оповестяването на официалната фирмена култура в интернет е от съществено значение за подобряване имиджа на производителите на пиво на пазара и в резултат - на показателите от дейността им. Целта на доклада е да се идентифицира ролята на опубличената в интернет фирмена култура на големите производители на пиво в България за визуализиране на техните стратегически приоритети във виртуалното пространство. Използваният изследователски инструментариум включва структурен и контент анализ.

**Ключови думи:** опубличена фирмена култура, производители на пиво, основни елементи, второстепенни елементи

**JEL Класификация:** M14, M31

### Abstract

In the current conditions of digitalization, globalization and dynamic business environment, the crafting of a digital space image is becoming increasingly important for the competitive positioning of businesses. Publicizing the official corporate culture online is essential for improving the goodwill of beer producers and, as a result, their performance indicators. The aim of this paper is to identify the role of the online publicized corporate culture of large beer producers in Bulgaria for visualizing their strategic priorities in the virtual space. The research tools used include structural and content analysis.

**Keywords:** publicized corporate culture, brewers, primary elements, secondary elements

**JEL Classification:** M14, M31

### Въведение

Опубличената официална култура е важен елемент от видимата страна на фирмената култура на бизнес организациите. Нейната роля се състои в това да представи стратегическите приоритети на компанията пред основните участници в бизнес средата - клиенти, доставчици, дистрибутори, банки и др. Тази задача е още по-съществена за фирмите, функциониращи на динамични и силно конкурентни сектори, тъй като следва да ги отличи от съперниците и позиционира правилно в пазарното пространство. Във връзка с това целта на доклада е да се идентифицира ролята на опубличената в интернет

фирмена култура на големите производители на пиво в България за визуализиране на техните стратегически приоритети във виртуалното пространство.

Методологията на изследването в доклада се основава на системния подход, тъй като оценява степента на развитие на опубличената в интернет фирмена култура като система от нейните първостепенни и второстепенни елементи. Използваният методически инструментариум включва структурен и контент анализ. Анализът е насочен в следните направления:

1. Определяне относителният дял (в %) на фирмите, в които присъства всеки елемент на опубличената фирмена култура (първостепенни и второстепенни);

2. Определяне относителният дял (в %) на фирмите, оповестяващи  $i$  елемента на опубличената фирмена култура ( $i \in (1 \div 8)$ );

Обект на настоящото изследване са официалните уеб страници на големите производители на пиво в България, включващи 6 пивоварни компании, произвеждащи масово пиво, представени в табл. 1.

**Таблица 1**

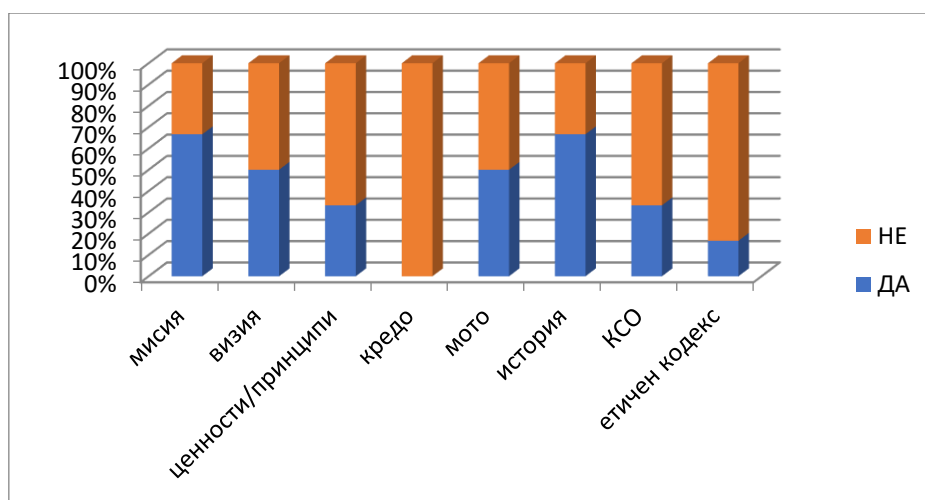
**Големи пивоварни компании, производители на масово пиво**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Болярка ВТ" АД - <a href="https://boliarkacompany.com/">https://boliarkacompany.com/</a></li> <li>• "Бритос" ЕООД - <a href="https://britos.bg/">https://britos.bg/</a></li> <li>• "Загорка" АД - <a href="https://zagorkacompany.bg/">https://zagorkacompany.bg/</a></li> <li>• "Каменица" АД - <a href="https://kamenitza.bg/">https://kamenitza.bg/</a></li> <li>• "Карлсберг България" АД - <a href="https://carlsbergbulgaria.bg/">https://carlsbergbulgaria.bg/</a></li> <li>• "Ломско пиво" АД - <a href="https://lomskopivo.com/">https://lomskopivo.com/</a></li> </ul>
--

*Източник: Съставена от автора*

**Резултати**

Установено е, че на уеб страниците на всичките шест компании присъстват елементи на опубличената фирмена култура, което показва целенасочен стремеж на големите пивовари да оповестяват стратегическите си приоритети в интернет. Интерес за изследването представлява степента, в която се "разчита" на отделните елементи на тази култура (фиг. 1).



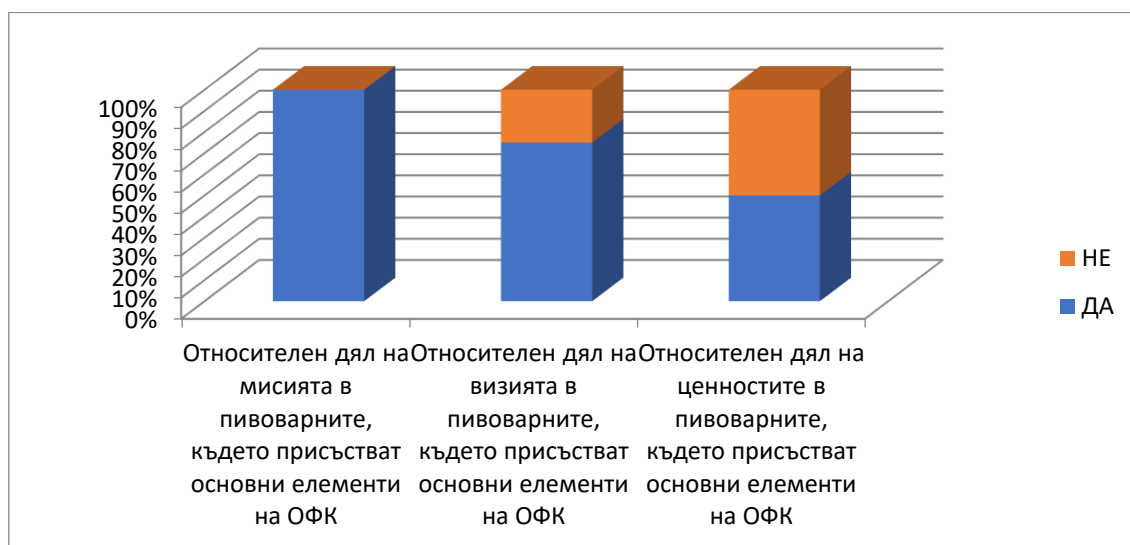
**Фигура 1. Относителен дял (в %) на големите пивоварни компании, опубличили в интернет отделните елементи на фирмената култура**

*Източник: Съставена от автора въз основа на информация от официалните уеб страници на компаниите*

Резултатите показват, че всички предприятия са прокламирали основните елементи на културата - мисия, визия и ценности, като мисията присъства на уеб страниците на 66,67 % от тях, визията - на 50 %, а ценностите/принципите - на 33,33 %. Важни за големите производители на пиво при публикуване на официалната фирмена култура са също фирмената история (66,67 %) и мотото на бизнеса (50 %). Несъществени от гледна точка на пивоварните компании са етичният кодекс и бизнес кредето, прокламирани съответно в едно и нито едно предприятие. Следва да се отбележи също, че в структурата на сайтовете на фирмите фигурират с приоритет секции наситени с информация, насочена преди всичко към клиентите: предлагани продукти, рецепти, галерии със снимки и др.

На основата на тези данни може да се направи извод, че структурата на публикуваната в интернет фирмена култура на големите производители на пиво в България е добре изградена и балансирана, като в нея преимуществено присъстват първостепенните културни елементи, което спомага за подходящо представяне на стратегическите им намерения във виртуалното пространство.

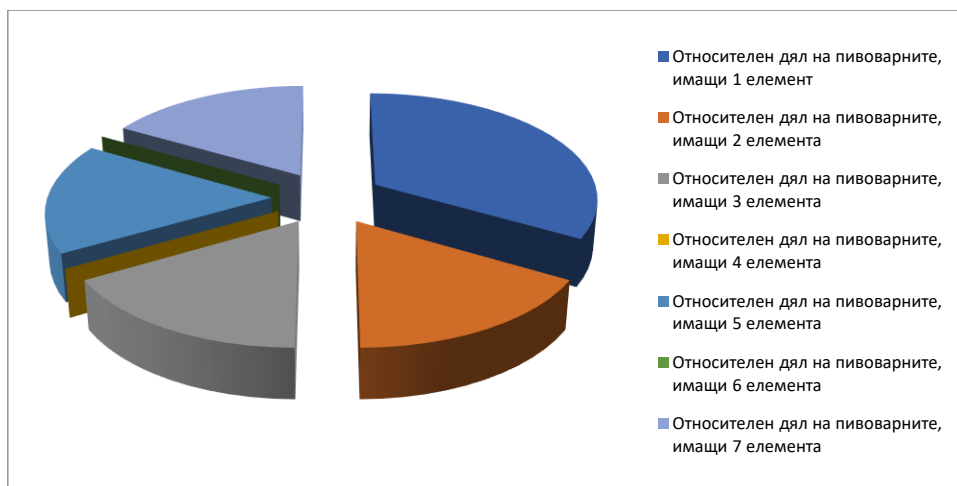
Интерес за изследването представлява относителният дял и разпределението на елементите само на онези производители на пиво, в сайтовете на които присъстват основни елементи на публикуваната фирмена култура. Прави впечатление, че две трети от фирмите (4 пивоварни) са оповестили поне един от първостепенните културни елементи - мисия, визия или ценности/принципи. Резултатите показват, че и четирите производителя са оповестили организационна мисия, три - визия и две - ценности (фиг. 2). Въз основа на това може да се каже, че в контекста на стратегическото им развитие, висшият мениджмънт на тези фирми отдава по-голяма значимост на философията за тяхното съществуване, отколкото на мястото и приоритетите им на пазара на пиво.



**Фигура 2. Относителен дял (в %) на производителите на пиво, прокламирали мисия, визия или ценности сред всички, които са оповестили основни елементи на фирмената култура**

*Източник:* Съставена от автора въз основа на информация от официалните уеб страници на компаниите

По отношение степента на наситеност на публикуваната фирмена култура на големите производители на пиво с отделните ѝ елементи могат да се направят някои констатации (фиг. 3).

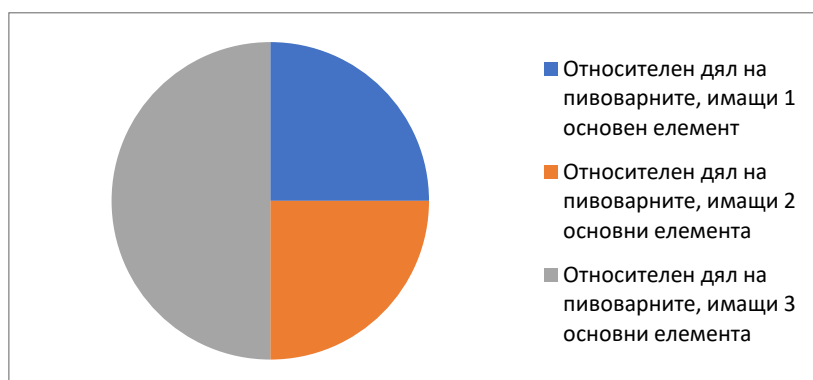


**Фигура 3.** Относителен дял на големите производители на пиво по брой на наличните елементи на опубликуваната в интернет фирмена култура

*Източник:* Съставена от автора въз основа на информация от официалните уеб страници на компаниите

Преобладават пивоварните, прокламирали само един елемент на официалната фирмена култура на своите уеб страници - 33,33 % (2 фирми). Два, три, пет и седем елемента са оповестени от по една организация, като нито една фирма не е опубликувала четири, шест, или всичките осем елемента на културата. Във връзка с тези резултати следва да се отбележи, че всички големи производители на пиво са оповестили поне един елемент на официалната култура на своите уеб страници в интернет, а "Загорка" АД предлага почти завършено портфолио, включващо седем културни компонента. Това води до заключението, че мениджмънтът на тези фирми е осъзнал значимостта на стратегическите приоритети на културата за пълноценната комуникация с клиентите и останалите партньори в обкръжаващата среда.

Безспорно най-голямо значение при изграждане на профила на опубликуваната фирмена култура имат нейните първостепенни елементи (мисия, визия и ценности/принципи). С оглед на това интерес представлява относителният дял на големите производители на пиво, които са оповестили първостепенни елементи, според техния брой - един, два или три (фиг. 4).



**Фигура 4.** Относителен дял на производителите на пиво, оповестили основни елементи на фирмената култура (според броя на включените основни елементи)

*Източник:* Съставена от автора въз основа на информация от официалните уеб страници на компаниите

Резултатите показват, че от четири такива пивоварни компании, по една оповестяват 1 и 2 основни елемента, а останалите две - всичките 3 елемента. При съотнасяне спрямо общия брой на предприятията (6) се отчита, че пълният набор от три основни елемента присъства на сайтовете на две трети от тях, което потвърждава извода за пълноценното използване на потенциала на ключовите аспекти на фирмената култура от страна на големите производители на пиво за комуникиране на тяхната дългосрочна политика.

На базата на проведеното проучване могат да се направят следните основни **изводи**:

1. Опубликувана фирмена култура в интернет се създава и развива целенасочено от големите пивоварни компании, което допринася за изграждането на позитивен имидж в очите на техните партньори и обществото като цяло.

2. Най-често оповестявани елементи на културата са мисията и историята на пивоварната, докато бизнес кредото не присъства като атрибут на официалните уеб страници на нито една организация.

3. Първостепенните елементи на опубличената фирмена култура (мисия, визия и ценности/принципи) са приоритет за големите пивоварни компании. По този начин те играят ролята на важни инструменти за комуникация на стратегическите им намерения.

### **Заключение**

В обобщение може да се каже, че собствениците и мениджърите на крупните пивоварни компании в България са осъзнали значимостта на опубличената официална култура и способността ѝ да ги презентира по подходящ начин в пазарното пространство. До голяма степен това се дължи на добре разработеното портфолио от първостепенни елементи, които представят основните стратегически приоритети на фирмите. В същото време възниква въпроса в каква степен мисията, визията, ценностите и останалите елементи на културата на отделните компании се различават помежду си и доколко допринасят за изграждане на уникален имидж на всяка от тях. Този въпрос изисква задълбочаване на изследователските усилия към съдържателната страна на отправените стратегически послания.

### **Информация за контакт с автора:**

*доц. д-р Илиан Минков*

*Икономически университет – Варна, катедра "Индустриален бизнес и логистика"*

*E-mail: [minkov@ue-varna.bg](mailto:minkov@ue-varna.bg)*



## УПРАВЛЕНИЕ НА ВЕРИГИТЕ ЗА ДОСТАВКИ В ДИГИТАЛНАТА ЕРА

проф. д-р Светлана Димитракиева<sup>1</sup>, гл. ас. д-р Кристиана Атанасова<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Катедра ЕММТ, ВВМУ, Варна

### SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN THE DIGITAL AGE

Prof. Svetlana Dimitrakieva<sup>1</sup>, Chief Assist. Prof. Christiana Atanasova<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>NVNA, Varna, Bulgaria

#### Резюме

Този доклад обсъжда влиянието на дигиталните технологии върху управлението на веригите за доставки в съвременната дигитална епоха. Авторите подчертават ролята на Digital Supply Chains (дигитални вериги за доставки) и Blockchain Supply Chain (вериги за доставки, базирани на блокчейн) като инструменти, които предоставят по-голяма прозрачност и сигурност на логистичните операции.

Несъмнено блокчейн и дигиталните технологии се явяват ключови способности за постигане на по-голяма ефективност и конкурентоспособност в съвременния логистичен свят и веригите за доставки. Ето защо основният акцент на изследването илюстрира ценни насоки за бизнеса, които искат да се адаптират към дигиталната епоха и да използват иновативни решения за управление на своите вериги за доставки.

**Ключови думи:** дигитализация, логистика, управление, блокчейн верига за доставки

**JEL Класификация:** M11, L91, F18

#### Abstract

This article discusses the impact of digital technologies on supply chain management in the modern digital era. The authors emphasize the role of Digital Supply Chains and Blockchain Supply Chain as tools that provide greater transparency and security in logistics operations.

Undoubtedly, blockchain and digital technologies are key instruments for achieving greater efficiency and competitiveness in the modern world of logistics and supply chains. This is why the main focus of the study provides valuable insights for businesses looking to adapt to the digital era and utilize innovative solutions for managing their supply chains.

**Keywords:** digitization, logistics, management, blockchain supply chain

**JEL Classification:** M11, L91, F18

#### Въведение

В наши дни, дигиталната епоха е в разгара си и трансформира начина, по който бизнесът и логистиката функционират. С технологичния напредък управлението на веригите за доставки изпитва революционни промени.

Технологии като "Digital Supply Chains" (дигитални вериги за доставки) и "Blockchain Supply Chain" (вериги за доставки, базирани на блокчейн) се превърнаха в инструменти, които предоставят значителна прозрачност и сигурност на логистичните операции (Cheung, 2021). От управление на инвентара до оптимизация на маршрутите, тези дигитални иновации променят начина, по който бизнес организациите управляват и изпълняват своите вериги за доставки (Ralph et al. 2020; Alarcón et al. 2021).

В този смисъл, докладът изследва вълнуващите възможности и предизвикателствата, пред които са изправени организациите, които искат да се адаптират към дигиталната епоха и да използват иновативни решения за управление на веригите за доставки. В същото време, подчертаваме необходимостта от интегриране на съвременни информационни и комуникационни технологии, които се доказаха като ключов фактор за постигане на по-голяма ефективност и конкурентоспособност в сферата на логистиката и доставките.

С настъпването на дигиталната ера, управлението на веригите за доставки се изправя пред нови предизвикателства и възможности. Ето защо настоящия труд ще разгледа как бизнесите могат да се възползват от тези промени, за да поддържат конкурентоспособността си и да предоставят по-добри услуги на своите клиенти.

## **1. Предизвикателства**

Управлението на операциите е свързано с разнообразни предизвикателства и трудности, пред които се изправят организациите в съвременния бизнес свят. Разбирането на тези предизвикателства е от съществено значение за успешното им управление. Глобалната икономика предоставя множество възможности, но също така създава и сложности. Тя поставя пред организациите непрекъснато налагане за намаляване на разходите, увеличаване на ефективността и подобряване на качеството. Технологичните промени също изправят управлението на операциите пред предизвикателства. Организациите трябва да се адаптират към нови технологии и да интегрират иновации, за да останат конкурентни (Dimitrakiev, 2020).

Изискват се също квалифицирани и мотивирани специалисти в области като логистика, снабдяване, производство и технологии (Conev, 2023). Намирането и задържането на подходящи кадри може да бъде трудно постижима цел. В допълнение, бизнес организациите се изправят пред нарастващи изисквания за опазване на околната среда и устойчивост. Този аспект на управлението на операциите включва намирането на начини за намаляване на въглеродния отпечатък, оптимизиране на използването на ресурси и устойчиво снабдяване.

С развитието на новите технологии и дигиталните решения идват и нови заплахи за киберсигурността. Системите за управление на транспортните средства могат да бъдат обект на хакерски атаки (Gancheva, Dimitrakiev, 2015). Логистичните компании и организации за всички видове транспорт трябва да разработят добре изградени стратегии за риск мениджмънт, да инвестират в сигурността на стоките и да поддържат високи стандарти за безопасност и съответствие (Gancheva, 2011).

Управлението на операциите трябва да бъде адаптирано към тези предизвикателства и да търси иновативни решения, които да подпомогнат увеличаването на ефективността и конкурентоспособността на организацията. Възможността да се справят с тези предизвикателства става ключово предимство за успешните компании на глобалния пазар.

## **2. Вълна на иновации**

Индустрия 4.0 и Индустрия 5.0 са две последователни фази в еволюцията на индустриалните производствени процеси и технологични иновации. Въпреки, че те споделят някои общи черти, има съществени разлики между тях:

- Индустрия 4.0 (Четвърта индустриална революция):

*Технологии: Индустрия 4.0 се характеризира от внедряването на технологии като интернет на нещата (IoT), големи данни, облачни услуги и цифрова автоматизация.*

*Автоматизация: В тази фаза автоматизацията на производствени процеси става по-широко разпространена. Машините и системите стават по-свързани и автономни.*

*Цел: Основната цел на Индустрия 4.0 е подобряване на производителността и ефективността на производствените процеси (Marinagi et al. 2023). Технологиите се използват за оптимизация на производството и намаляване на разходите.*

- **Индустрия 5.0 (Пета индустриална революция):**

*Технологии: Индустрия 5.0 се различава чрез добавянето на човешкия фактор към цифровите технологии. Тя включва технологии като изкуствен интелект, виртуална реалност и разширена реалност.*

*Сътрудничество между хора и роботи: Една от основните идеи на Индустрия 5.0 е сътрудничеството между хора и роботи в рамките на производствените процеси (Pacher et al. 2023). Това означава, че хората и роботите работят заедно, споделяйки пространство и отговорности.*

*Цел: Основната цел на Индустрия 5.0 е да се подобри работната среда и условията за работа, като се съчетава човешкия интелект и креативност с автоматизацията. Това може да доведе до по-голяма гъвкавост и иновации в производството.*

Индустрия 5.0 се развива върху постиженията на Индустрия 4.0, но добавя важен аспект на сътрудничество между хората и машините. Тази фаза цели да създаде по-човешка и устойчива индустриална среда, като насърчава иновации и сътрудничество.

На този етап "Индустрия 6.0" не е дефиниран концептуален термин. Използването му може да бъде интерпретирано като бъдещ етап в индустриалната еволюция, който включва нови технологични напредъци и иновации.

Очаква се въвеждането на още по-напреднали технологии като изкуствен интелект, квантово смятане, и още по-автономни роботи и дроневи. Това ще подобри управлението на транспортните операции и доставките.

"Индустрия 6.0" вероятно ще насърчи допълнителна цифрова трансформация в логистичните процеси и веригите за доставки. Това включва дигитализация на всички аспекти на операциите, от управление на запасите до проследяване и комуникация с клиентите.

Възможно е "Индустрия 6.0" да подкрепя по-голяма персонализация на стоките и услугите. Кое би изисквало по-голяма гъвкавост в логистичните операции, за да се удовлетворят индивидуалните нужди на клиентите.

С оглед на растящата грижа за околната среда, "Индустрия 6.0" би насърчавала по-екологични и устойчиви логистични практики.

Въвеждането на нови технологии е ключов фактор за контролиране превоза на стоките и за управление на риска. Въпреки, че "Индустрия 6.0" още не е детайлно определена, се очаква тя да бъде насочена към продължаване на иновациите и усъвършенстването на логистичните бизнес процеси, което ще доведе до по-ефективно и устойчиво управление на операциите.

### **3. Blockchain Supply Chains**

Блокчейн предоставя прозрачност по време на целия жизнен цикъл на стока или продукт, от началото на производството до крайния клиент. Това позволява на участниците във веригата за доставки да следят в реално време историята на продуктите, както

и тяхното текущо състояние (Dutta, 2020). Тази видимост помага за бързото откриване на проблеми и оптимизиране на процесите. Тази характеристика е особено важна за стоки, като храни и лекарства, където сигурността и автентичността на продуктите са ключови (Li et al. 2021).

В логистиката и веригата за доставки често се изискват сертификати и лицензи за стоките, особено при преминаване през граница. Блокчейн може да съдържа автоматизирани правила и контроли, които се актуализират автоматично, когато се подават подходящите документи (Fernandez, 2022). Това улеснява спазването на регулациите и намалява бюрокрацията.

Блокчейн поддържа умни договори, които са автоматизирани и програмируеми. Това позволява автоматичното изпълнение на договори и правила във веригата за доставки. Например, плащанията и потвържденията могат да бъдат автоматизирани, което намалява риска от човешки грешки.

Въпреки многобройните ползи, свързани с блокчейн, съществуват и предизвикателства, като скалируемост и законодателна рамка. В бъдеще, тази технология вероятно ще бъде допълнена и разширена с нови функционалности.

#### **4. "Digital Supply Chains" и "Blockchain Supply Chain"**

"Digital Supply Chains" (дигитални вериги за доставки) и "Blockchain Supply Chain" (вериги за доставки на база блокчейн) са различни концепции, макар и да се използват за подобрене на управлението на логистиката и веригата за доставки.

- Digital Supply Chains (Дигитални вериги за доставки): Дигиталните вериги на доставки се отнасят към използването на различни цифрови технологии и решения за оптимизация на управлението на логистиката и веригата за доставки. Те могат да включват автоматизация, IoT (Интернет на нещата), изкуствен интелект, облачни решения и други цифрови инструменти за подобрене на процесите в веригата за доставки.

- Blockchain Supply Chain (Вериги за доставки на база блокчейн): Веригите за доставки на база блокчейн се фокусират специално върху използването на технологията на блокчейн за усъвършенстване на управлението на логистиката и веригата за доставки. Блокчейн представлява децентрализиран регистър за запис на транзакции и събития, които не могат да бъдат променяни или изтривани. Този подход осигурява сигурност, надеждност и прозрачност на данните във веригата за доставки, което е особено важно за проследяване на стоки и контрол на процесите.

И така, дигиталните вериги за доставки се отнасят към общия подход за използване на цифрови технологии, докато веригите за доставки на база блокчейн се концентрират специално върху използването на блокчейн за регистриране и управление на данни и събития в цялата логистична система.

Важно е да се отбележи, че в реалния бизнес свят често се комбинират различни технологии и стратегии, включително дигитални решения и блокчейн, за да се постигне по-добро управление на веригата за доставки.

#### **5. Модел на управление на верига за доставки с комбинирана стратегия**

Разработването на модел за управление на верига за доставки с комбинирана стратегия от дигитални решения и блокчейн може да подпомогне оптимизацията, сигурността и прозрачността на веригата за доставки. Моделът би имал следната стратегия:

## **5.1. Използване на дигитални решения**

### **a. IoT и сензори**

- Въвеждане на IoT устройства и сензори на ключови точки в веригата за доставки, като складове, транспортни средства и производствени линии (Rupinder, 2022). Тези устройства измерват различни параметри като температура, влажност, налягане, местоположение и други. Информацията се събира в реално време и предоставя детайлна видимост върху състоянието на стоките и условията по време на транспортирането им.

### **b. Cloud-Based решения**

- Използване на облачни системи за управление на данни и информация, което позволява достъп до информацията от различни места и устройства. Облачните решения са скалабилни и предоставят възможност за съхранение на големи обеми данни.

### **c. Изкуствен интелект и машинно обучение**

- Използване на изкуствен интелект и машинно обучение за анализ и предсказване на данни. Технологиите могат да помогнат при оптимизацията на маршрути и процеси, като управляват поръчките по-ефективно.

### **d. Електронни платформи**

- Използване на електронни платформи за комуникация и сътрудничество между различните участници във веригата за доставки, включително доставчици, производители и клиенти.

## **5.2. Внедряване на Блокчейн Технология**

### **a. Прозрачност и надеждност**

- Внедряване на блокчейн технологията за регистрация и управление на данни във веригата за доставки (Manzoor et al. 2022). Всички транзакции и събития се записват в блокове, които предоставят неизтриваем регистър и гарантират надеждност и прозрачност на данните.

### **b. Проследяване на произхода**

- Използване на блокчейн за проследяване на произхода на стоките, особено при храни и луксозни продукти. Потребителите могат да сканират QR кодове или други маркери, за да видят информация за производителя и пътя на продукта от производството до доставката.

### **c. Управление на доставките**

- Използване на умни договори, които автоматично изпълняват и контролират доставките и плащанията (Zou, 2019). По този начин се намалява риска от измами, спомагайки за точното изпълнение на договорите.

### **d. Сътрудничество и споделение на данни:**

- Блокчейн позволява на различните участници по веригата за доставки да споделят данни в сигурна среда, което спомага по-доброто сътрудничество и обмен на информация.

## **5.3. Интеграция на дигитални решения и блокчейн**

- Изграждане на система, която интегрира дигиталните решения и блокчейн технологията. Това позволява централизирано управление на данните, изграждане на доверие и повишаване ефективността на веригата за доставки.

- Внедряването на такъв модел може да доведе до ползи като увеличена прозрачност, надеждност, ефективност и сигурност във веригата за доставки. Организациите могат да постигнат по-добро управление на стоките, намаляване на разходите и по-добра реакция на клиентските нужди.

#### **5.4. Мониторинг и Анализ**

- Използването на данни, събрани от IoT устройства и блокчейн, позволява мониторинг на стоките и процесите в реално време. Данните се анализират с помощта на изкуствен интелект и машинно обучение за идентификация на потенциални проблеми и оптимизация на ресурсите.

#### **5.5. Надеждност и сигурност**

- Блокчейн осигурява надеждност и сигурност на данните, като ги предпазва от внасяне на промени и злоупотреби.

#### **5.6. Автоматизирани договори**

- Умните договори автоматизират множество аспекти на управлението на веригата за доставки, включително плащанията, проверките и обработката на поръчките. Така намаляват човешките грешки и забавянето на процесите.

#### **5.7. Гъвкавост**

- Моделът позволява гъвкавост и бърза реакция на промените в условията на пазара и на неочаквани събития като кризи или природни бедствия.

#### **5.8. Устойчивост**

- Възползването от данни, събрани чрез IoT и блокчейн, помага за устойчивост, както и за различни екологични инициативи, чрез по-ефективно управление на ресурсите и оптимизация на инвентара.

Този модел комбинира дигитални решения и блокчейн технология, за да осигури по-голяма прозрачност, сигурност и ефективност в управлението на веригата за доставки. Освен това, той позволява на организациите да постигнат висок стандарт на качество, устойчивост и конкурентно предимство във все по-конкурентната бизнес среда.

#### **Заклучение**

Ролята на блокчейн в управлението на логистичните операции е несъмнено значителна. Тази технология предоставя инструменти за повишаване на прозрачността, сигурността и ефективността на процесите. В бъдеще, очакваме да видим още иновации и приложения, които ще подобрят функционирането на веригите за доставки и управлението на операциите.

Очаква се технологията да предостави сътрудничество, прозрачност и ефективност на мрежата от бизнеси при споделянето на информация сигурно и бързо в различни сектори на веригата за доставки (Šterný, 2021). Главните фактори, които насърчават интеграцията на блокчейн в логистичните процеси, могат да се припишат на нарастващата популярност на технологията в секторите на производството и търговията на дребно (Raj, 2021). Освен това променящите се предпочитания на бизнесите към гъвкави и полски вериги за доставки с пълен контрол над тях също благоприятстват увеличаване приемането на блокчейн-базиран решения.

Наличието на последните стандарти и регулации за представяне и управление на транзакции в блок се очаква да окаже влияние върху приемането на тази технология. Поради различните гаранции, предоставяни от блокчейн решенията за прозрачност, сигурност и устойчивост на грешки, се работи по няколко реални приложения в процесите

на веригата за доставки. Все пак, има някои предизвикателства, които трябва да бъдат преодоляни, за да се осигури безпроблемната и ефективна оперативна дейност на бизнеса. Ето защо бъдещи изследвания трябва да обърнат внимание на различните технически проблеми, свързани с имплементирането на блокчейн технологията в управлението на логистичните операции.

### Използвана литература

1. Alarcón, F., P. Cortés-Pellicer, D. Pérez-Perales, and A. Mengual-Recuerda. (2021). A Reference Model of Reverse Logistics Process for Improving Sustainability in the Supply Chain. *Sustainability*. CrossRef 13 18: 10383. 10.3390/su131810383.
2. Černý Mikuláš, Gogola Marián, Kubal'ák Stanislav, Ondruš Ján, "Blockchain technology as a new driver in supply chain", *Transportation Research Procedia*, vol. 55, pp. 299-306, 2021, ISSN 2352-1465.
3. Cheung, K.-F., M. G. H. Bell, and J. Bhattacharjya. (2021). Cybersecurity in Logistics and Supply Chain Management: An Overview and Future Research Directions." *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review* 146: 102217. doi:10.1016/j.tre.2020.102217.
4. Conev Ivan, Dimitrakiev Dimitar, (2023). Use of modern technologies at Naval Academy Varna, Proceedings of the International Association of Maritime Universities (IAMU) Conference, Helsinki, Finland 18-21st of October 2023, ISSN: 2706-6762 (Electronic)
5. Dimitrakiev, D.; Conev, I., (2020). Advanced COLREGS teaching in Bulgarian Naval Academy via online e-learning and simulators. *Industrial Growth Conference 2020, PUBLISHING COMPLEX – UNWE*, ISSN 2738-7267
6. Dutta, P. C. (2020). Blockchain technology in supply chain operations: Applications, challenges and research opportunities, 142, 102067. doi:10.1016/j.tre.2020.102067 *Transp. Res. Part E Logist. Transp. Rev.*
7. Fernandez E., T., *Blockchain Technology in Supply Chain Management*, IntechOpen, 2022.
8. Gancheva, Y., Application of DEA-analysis to measure the efficiency of ports. // *Marine Science Forum*. Volume 2. Problems of higher education. Sciences for the sea and the ship. VVMU "N.Y. Vaptsarov", Varna, 2011, pp. 157-162, ISSN 1310-9278.
9. Gancheva, Y., Dimitrakiev, D., (2015). Requirements for carrying out DEA analysis in container ports. *International Scientific Conference "Technologies and Science for Sustainable Maritime Development*, Varna. ISBN 978-954-8991-80-3.
10. Li K., Lee J.Y., Gharehgozli A. (2021). Blockchain in food supply chains: a literature review and synthesis analysis of platforms, benefits and challenges. *Int. J. Prod. Res.* 1–20
11. Manzoor R., Sahay B.S., Singh S.K., (2022). Blockchain technology in supply chain management: an organizational theoretic overview and research agenda, *Ann Oper Res*, [online] Available: <https://doi.org/10.1007/s10479-022-05069-5>
12. Marinagi, C., Panagiotis R., Panagiotis T., Damianos S. (2023). "The Impact of Industry 4.0 Technologies on Key Performance Indicators for a Resilient Supply Chain 4.0" *Sustainability* 15, no. 6: 5185. <https://doi.org/10.3390/su15065185>
13. Pacher, Corina, Manuel Woschank, and Bernd M. Zunk. (2023). The Role of Competence Profiles in Industry 5.0-Related Vocational Education and Training: Exemplary Development of a Competence Profile for Industrial Logistics Engineering Education" *Applied Sciences* 13, no. 5: 3280. <https://doi.org/10.3390/app13053280>
14. Raj Y., Sowmiya B, (2021). Study on Supply Chain Management using Blockchain Technology, 6th International Conference on Inventive Computation Technologies (ICICT), pp. 1243-1247, IEEE Xplore Part Number: CFP21F70-ART; ISBN: 978-1-7281-8501-9

15. Ralph, B.J.; Pacher, C.; Woschank, M. (2020). Conceptualization of the Lecture ‘Digitalization and Digital Transformation in Metal Forming’ based on Implications from Contemporary Teaching and Learning Theories. In Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations (IEOM) Management, Harare, Zimbabwe, pp. 703–712.
16. Rupinder Katoch, (2022), IoT research in supply chain management and logistics: A bibliometric analysis using vosviewer software, Materials Today: Proceedings, Volume 56, Part 5, Pages 2505-2515, <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.08.272>
17. Zou W., Lo D., Kochhar P.S., Le X.B.D., Xia X., Feng Y., Chen Z., Xu B., (2019). Smart contract development: Challenges and opportunities. IEEE Trans. Softw. Eng. 47(10), 2084–2106

**Информация за контакт с авторите:**

*проф. д-р Светлана Димитракиева*  
*ВВМУ, Катедра ЕММТ*  
*E-mail: s.dimitrakieva@nvna.eu*

*гл. ас. д-р Кристиана Атанасова*  
*ВВМУ, Катедра ЕММТ*  
*E-mail: k.atanasova@nvna.eu*



# ФИНАНСИРАНЕ НА НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКАТА И РАЗВОЙНА ДЕЙНОСТ В СТРАНИТЕ ОТ ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

доц. д-р Пламен Павлов  
Икономически университет – Варна

## FINANCING OF SCIENTIFIC RESEARCH AND DEVELOPMENT ACTIVITIES IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION

Assoc. Prof. Plamen Pavlov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

В съвременния свят, стимулирането на научно-изследователската и развойна дейност е залегнало в редица основни документи в почти всички държави по света. Нещо повече – в националните бюджети се залагат сериозни средства за тяхното стимулиране. Това е особено валидно за развитите икономики, сред които са и тези на Европейския съюз. Основна цел на доклада е, след изясняване на понятието научноизследователски и развойни дейности, да се разгледа тяхното финансиране в страните от ЕС през 2021 година и на тази база да се предложат насоки за подобряване на нивото на НИРД в България. Изследването е базирано на системния подход, като са анализирани данни от информационните масиви на Евростат и на ОИСР.

**Ключови думи:** НИРД, иновации, финансиране

**JEL Класификация:** O320, O380

### Abstract:

In the modern world, the stimulation of scientific research and development activity is enshrined in a number of basic documents in almost all countries of the world. What's more, serious funds are invested in the national budgets to stimulate them. This is especially true for developed economies, including those of the European Union. The main purpose of the report is, after clarifying the concept of research and development activities, to examine their funding in the EU countries in 2021 and, on this basis, to propose guidelines for improving the level of R&D in Bulgaria. The research is based on the system approach, analyzing data from the Eurostat and OECD data sets.

**Keywords:** R&D, innovation, financing

**JEL Classification:** O320, O380

### **Същност на научноизследователската и развойна дейност**

През последните сто години, в света са създадени повече иновативни продукти, услуги и процеси, в сравнение с всички изминали години преди това. Човекът излезе в космоса, овладя в голяма степен термоядрения синтез, създаде интернет, изобрети лекарства за редица болести. В огромната част от тези примери, водещ мотив е улесняването на живота на хората, но и получаване на печалби и пазарни предимства, показване на икономическа мощ пред другите държави. В крайна сметка, създаването на условия за иновации, се превърна в елемент на икономическата политика във всички водещи страни в света. Част от процеса по създаване на иновации са така наречените изследвания и разработки (НИРД или R&D), които са основополагащи и ключови за постигане на качествени, полезни и даващи конкурентни предимства, процеси, продукти и услуги. В

тази връзка, основна цел на доклада е, след изясняване на понятието научноизследователски и развойни дейности (НИРД), да се разгледа тяхното финансиране в страните от ЕС и на тази база да се предложат насоки за подобряване на нивото на НИРД в България.

Научноизследователската и развойна дейност включва всяка творческа и систематична работа, която се провежда с цел да се увеличи обемът на знанията, включително познанието за човека, културата и обществото, както и за разработването на нови приложения на наличните знания (НСИ, 2023). Научноизследователската и развойна дейност (НИРД) обхваща фундаментални и приложни изследвания и експериментални разработки.

Друго определение за НИРД, я определя като набор от иновативни дейности, предприети от компании, научни институти, правителства или други организации, за разработване на нови услуги или продукти и/или подобряване на съществуващи (Wikipedia, 2023). Научноизследователската и развойна дейност обикновено е един от първите етапи от развитието на потенциални нови продукти, услуги, технологии или процеси.

Дейностите, които могат да се отнасят към изследвания и разработки, могат да бъдат много разнообразни. European Chemicals Agency (2017) ги описват подробно за техни цели, но обобщавайки може да се каже, че такива са: разработване на нови продукти; разработване на нови процеси; доказване на осъществимостта на нови процеси и/или нови употреби на дадено вещество; повишаване на ефективността и производителността на индустриални производствени инсталации; повишаване на ефективността на производството от социално-икономическа и екологична гледна точка; опазване на околната среда посредством разработване на (нови) технологии, включително за преработване и намаляване на потоците отпадъци и намаляване на емисиите; разработване на технологии за извличане, рециклиране и повторна употреба на ценни материали от странични продукти, отпадъци и т.н.

Трябва да се отбележи, че научните изследвания и разработките, се различават от по-голямата част от останалите дейности в предприятията и организациите по това, че обикновено не носят бързи печалби и като цяло са свързани с по-голям риск и несигурност при възвръщаемостта на инвестициите. Но НИРД, много често са сред основните причини, компаниите, които са ги създали и внедрили, да реализират огромни печалби и да придобият големи дялове от пазара.

Научноизследователската и развойна дейност се извършва от дадена единица (физическо или юридическо лице, научна организация или други) чрез финансиране със средства от собствени, т.е. вътрешни източници, или от привлечени отвън (чужди) средства, от външни източници (UNESCO Institute of Statistics, 2023). Финансирането на НИРД, може да произхожда от частен бизнес, публични институции (държавни организации, институти и висши учебни заведения), международни организации (ОЕСД, 2009), както и по линия на Европейските фондове (Куршумов, 2020). В страните от ЕС, то може да се осъществи посредством различни инструменти като европейски или национални субсидии, данъчни кредити, банкови заеми, специализирани програми, фондове за рисков капитал, бизнес ангели и т.н. В останалите европейски държави съществуват почти същите възможности, но с различия по отношение на европейските специализирани програми, до които не всички имат достъп. Тук трябва да се обърне внимание, че ефективността, която се постига при ползване на различни източници за финансиране на научноизследователската и развойна дейност, от една страна е различна (Близнаков, 2009), но от друга, не всяка компания или организация има достъп до всички видове финансови източници. От тази гледна точка, наличието на повече възможности и достъп до средства за иновации и за НИРД, може да бъде определено като предимство за различните икономики.

### Финансиране на НИРД в страните от ЕС

Няколко аспекта на финансирането на НИРД в различните европейски държави могат да ни дадат информация за важността на този вид дейности, както за правителствата и целите общества, така и конкретно за предприятията, научните институции и организациите с нестопанска цел. В тази връзка интерес представляват общият обем на разделяните средства в различните икономики, за научноизследователска и развойна дейност, техният размер на човек от населението, процентът на тези средства от БВП за различните страни.

Ако разгледаме финансирането на научноизследователска и развойна дейност в европейските страни за 2021 година, както като обща стойност, така и по четирите отделни източника – бизнес сектор, правителства, научни организации и неправителствен сектор, за които Евростат поддържа данни, могат да се установят интересни особености. На тази база може да се направят изводи и да се предложат насоки за подобряване състоянието на НИРД в България.

В реално изражение финансирането на научноизследователските и развойни дейности в първите и последните четири страни от ЕС в тази област, изглежда по следния начин (фиг.1):

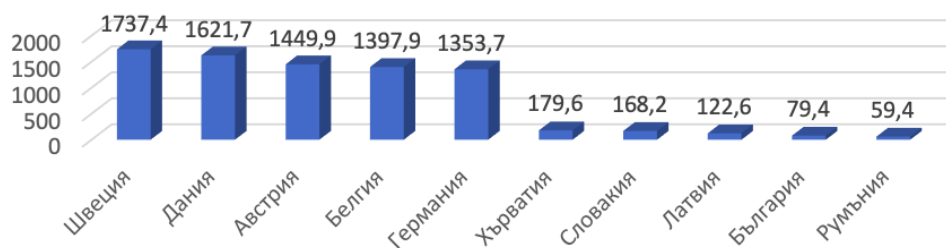


Фиг. 1. Петте държави от ЕС с най-много и най-малко общи разходи за НИРД за 2021 година

Източник: Eurostat, 2023

Най-много средства са осигурени в Германия – 112,6 милиарда евро, Франция – 55,3 млрд. евро, Италия – 26,5 млрд. евро, Нидерландия – 19,3 млрд. евро и Швеция – 18 млрд. евро. Най-малко разходи за НИРД са направени в Естония – 551 млн. евро, България – 549 милиона евро, Латвия – 232 млн. евро, Кипър – 208 млн. евро и Малта – 95 млн. евро. Данните не са изненадващи, ако отчетем от една страна големината и мощта на държавите и техните икономики и от друга, традициите в областта на иновациите, научната и изследователската дейност.

Показател, който ограничава в голяма степен влиянието на големината на държавата и на икономиката ѝ, може да бъде, разходи за НИРД на човек от населението (фиг.2).



Фиг. 2. Разходи за НИРД на човек от населението в петте водещи и петте изоставащи в областта държави от ЕС, в евро за 2021 година

Източник: Eurostat, 2023

Разходите за НИРД на човек от населението са най-много в Швеция – 1737,4 евро, Дания – 1621,7 евро, Австрия – 1449,9 евро, Белгия – 1397,9 евро и Германия – 1353,7 евро. Най-малко са в Хърватия – 179,6 евро, Словакия – 168,2 евро, Латвия – 122,6 евро, България – 79,4 евро и Румъния – 59,4 евро.

Няколко извода могат да се направят на база информацията от двете фигури. Първо – най-силните европейски икономики, може би напълно логично, заделят най-много средства за финансиране на НИРД. Второ – страни като Хърватия, Словакия, Латвия, България и Румъния, финансират недостатъчно научната и изследователска дейност и това всъщност се отразява не само на техните иновационни способности (според ГИ<sup>1</sup> 2022, Хърватия е на 42, Словакия на 46, Латвия на 41, България на 35 и Румъния на 49 място), но и на научно-техническия потенциал на страните, а от там на възможностите за производство на продукция с висока добавена стойност.

Всъщност освен, че е безспорно, че държави като Швеция, Белгия, Австрия, Германия отделят сериозен ресурс за стимулиране на научните изследвания и разработките, а България, Латвия, Малта и Румъния – твърде малък, все пак Белгия например, е едва 26 в класацията на ГИ 2022, а Малта – 21. От тук можем да направим извод, отчитайки разбира се, че при определяне на ГИ, участват множество допълнителни фактори, освен разходите за НИРД, че все пак има разлика в ефективността както при разходването на средствата, така и при самото качество на разработките.

От страните в ЕС, най-много разходи за НИРД, като процент от БВП за 2021 година (Eurostat, 2023), имат Швеция – 3,35%, Белгия – 3,22%, Австрия 3,19%, Германия – 3,13%. В България се отделят само 0,77% от БВП за научни изследвания и разработки и след нас са само Латвия – 0,69, Малта – 0,64 и Румъния – 0,47%.

Внимание заслужава и това, от кои от основните четири източника се е получило финансиране за НИРД в петте водещи държави по разходи на човек от населението и петте изоставащи в тази област.

Таблица 1

**Източници на финансиране на НИРД в петте водещи и петте изоставащи страни в ЕС, в евро на човек от населението**

	Общо	Бизнес сектор	Правителство	Научни институции	Неправителствен сектор
Швеция	1737	1249	78	408	2
Дания	1622	1008	55	553	6
Австрия	1450	1008	110	324	8
Белгия	1398	1054	120	214	10
Германия	1354	904	202	248	0
Хърватия	180	84	38	58	0
Словакия	168	94	31	43	0
Латвия	123	40	24	58	0
България	79	52	22	5	1
Румъния	59	36	18	5	0

Източник: Eurostat, 2023

<sup>1</sup> **Global innovation index** (WIPO, 2022) предоставя подробни показатели за иновационната ефективност на 132 държави и икономики по света (за 2022 година). Той представлява годишна класация на страните по техния капацитет и успех в областта на иновациите. Публикува се от Университета Корнел, INSEAD и Световната организация за интелектуална собственост в партньорство с други организации и институции и се основава както на субективни, така и на обективни данни, получени от няколко източника, включително Международния съюз по телекомуникации, Световната банка и Световният икономически форум.

От десетте разгледани страни, най-сериозна подкрепа от бизнес сектора за НИРД има в Швеция, Белгия, Австрия и Дания, а най-слаба в Румъния, Латвия и България. Правителствата са помагали най-много в Германия, Белгия и Австрия, а най-малко отново в Румъния, България и Латвия. Много сериозно финансиране на НИРД, от страна на научни институции има в Дания, Швеция и Австрия, а най-слабо е то в Румъния, България и Словакия. Що се отнася до научната и развойна дейност, подкрепяна от неправителствения сектор – тя е на сравнително добро равнище в Белгия, Австрия и Дания, а в някои страни почти изцяло липсва – Румъния, Латвия, Словакия, Хърватия и Германия.

За развитието на научните изследвания и разработки, освен финансовата подкрепа, значение имат и някои непреки стимули, най-важният от които са данъчните облекчения. По данни на OECD, Directorate for Science, Technology and Innovation (2023), четири държави от ЕС не предоставят такива – това са Финландия, Латвия, Кипър и България. От друга страна най-големи облекчения предоставят Франция, Австрия, Белгия, Ирландия и Нидерландия. Самите стимули за занимаващите се с НИРД фирми или физически лица, могат да са под формата на данъчни облекчения или данъчни кредити, а в Белгия, Франция, Унгария, Нидерландия, Испания и Швеция, данъчно облекчение може да се използва и по отношение на подходящи данъци и социалноосигурителни вноски.

### **Насоки и заключение**

За държавите от Европейския съюз, научноизследователската и развойна дейност е осъзнато важна, но отношението на различните правителства, компании, научни институции и неправителствения сектор в страните е различна. В Германия, Франция, Италия, Нидерландия, Швеция, Дания, Австрия, Белгия е осигурено сериозно финансиране на НИРД. Във всички изредени, освен сериозните разходвани средства, се прилагат и редица данъчни стимули, които в комбинация дават добри резултати и поставят компаниите и организациите, занимаващи се с изследвания и разработки, в много по-благоприятна ситуация от останалите. В Унгария, Малта, Естония, Литва, Хърватия, Румъния и други, се прави опит поради сравнително малкото финансиране, то да бъде подкрепено от допълнителни стимули, чрез различни данъчни облекчения. Във Финландия липсват облекчения, но е осигурено сериозно финансиране. На този фон, най-малко заинтересовани за успешното развитие на научноизследователска и развойна дейност, изхождайки от осигурено финансиране от различни източници и допълнителни стимули, изглеждат България, Кипър, Латвия и Румъния. Нещо повече – при условията, осигурени за този тип дейност в останалите страни, компаниите и организациите, занимаващи се с НИРД в тези държави, изглеждат неконкурентни, което е недобра база за развитие на иновативни нови технологии, процеси и продукти. За да се преодолеят тези негативи в изброените страни, в т.ч. и в България, следва да се предприемат поне няколко стъпки, като особено важни са следните две:

Първо – бизнесът да търси по-сериозни връзки с научните организации, както и обратно, за да може да се използва по-пълноценно потенциалът и при двете страни. Бизнесът разполага с опит, финансов ресурс и пряк достъп до пазара, а университетите, институтите и другите научни организации – с подготвени висококвалифицирани специалисти, скъпа апаратура и достъп до световни бази данни. Тук своята роля трябва да изиграят браншови организации, бизнес-инкубатори, университетски структури.

Второ – въвеждане на данъчни облекчения за фирми и организации, извършващи НИРД. Тук може да се мисли за освобождаване от подходящо облагане за определен период от време, при наемане на висококвалифициран персонал. Тази стъпка би била полезна и от демографска гледна точка, при наемане на специалисти от чужбина. Друга възможност е освобождаване от корпоративен данък, също за някакъв период, на фирми

или организации, осъществили научноизследователска и развойна дейност и създали нови, иновативни продукти или технологии, които подлежат на патентоване.

В крайна сметка, за да се даде тласък на научноизследователската дейност в страни като България, Кипър, Латвия и Румъния, е необходимо да се предприемат конкретни стъпки и те касаят както правителствата, така и бизнеса, научните организации и неправителствения сектор.

### Използвана литература

1. Близнаков, М. (2009). Ефективност и риск при реализация на проекти, финансирани по оперативни програми и предприсъединителни фондове. Известия на ИУ Варна, 2009, 4.
2. Куршумов, В. (2020). Финансиране на иновационната дейност на стартиращи предприятия по линия на Европейските фондове. Икономическа наука, образование и реална икономика: развитие и взаимодействия в дигиталната епоха : Сборник с доклади от Юбилейна международна научна конференция в чест на 100-год. от основаването на ИУ - Варна : Т. 2, Варна : Наука и икономика, 2, 2020, 349 - 360
3. НСИ. (2023). Научноизследователска и развойна дейност (НИРД). Available at: <https://www.nsi.bg/bg/> [Accessed: 06.07.2023]
4. European Chemicals Agency. (2017). Ръководство относно научноизследователска и развойна дейност (НИРД) и научноизследователска и развойна дейност, свързана с продукти и процеси (НИРДСПП). Available at: [https://echa.europa.eu/documents/10162/2324906/ppord\\_bg.pdf/7f5c74e9-4df5-477d-883c-3b7ae433f25b?t=1511871135008](https://echa.europa.eu/documents/10162/2324906/ppord_bg.pdf/7f5c74e9-4df5-477d-883c-3b7ae433f25b?t=1511871135008) [Accessed: 06.07.2023]
5. Eurostat. (2023). GERD by sector of performance. Available at: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/RD\\_E\\_GERDTOT/default/table?lang=en&category=scitech.rd.rd\\_e](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/RD_E_GERDTOT/default/table?lang=en&category=scitech.rd.rd_e) [Accessed: 06.07.2023]
6. WIPO, (2020), Global innovation index 2020, Available at: [https://www.wipo.int/global\\_innovation\\_index/en/2022/](https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/) [Accessed: 10.07.2023]
7. OECD. (2009). Science, Technology and Industry Scoreboard. Available at: [https://doi.org/10.1787/sti\\_scoreboard-2009-50-en](https://doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2009-50-en) [Accessed: 07.07.2023]
8. OECD Science. (2016). Technology and Innovation Outlook 2016. Available at: [https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/sti\\_in\\_outlook-2016-23-en.pdf?expires=1688636979&id=id&accname=guest&checksum=F43C66DFD9F8EFF8528CA42E2A7A0B4A](https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/sti_in_outlook-2016-23-en.pdf?expires=1688636979&id=id&accname=guest&checksum=F43C66DFD9F8EFF8528CA42E2A7A0B4A) [Accessed: 06.07.2023]
9. OECD. (2023). Tax incentives for R&D and innovation. Available at: <https://www.oecd.org/innovation/tax-incentives-RD-innovation/> [Accessed: 06.07.2023]
10. OECD, Directorate for Science, Technology and Innovation (2023). R&D Tax Incentives Database, 2022 Edition. Mapping Business Innovation Support (MABIS). Available at: [https://one.oecd.org/document/DSTI/STP/NESTI\(2023\)2/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/STP/NESTI(2023)2/FINAL/en/pdf) [Accessed: 17.07.2023]
11. UNESCO Institute of Statistics. (2023). Types of R&D funds. Available at: <https://uis.unesco.org/node/3080150#slideoutmenu> [Accessed: 06.07.2023]
12. U.S. Government Accountability Office. (2022). Federal Research and Development: Funding Has Grown since 2012 and Is Concentrated within a Few Agencies. Available at: <https://www.gao.gov/products/gao-23-105396> [Accessed: 06.07.2023]
13. Wikipedia. (2023). Research and development. Available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/Research\\_and\\_development](https://en.wikipedia.org/wiki/Research_and_development) [Accessed: 06.07.2023]

**Информация за контакт с автора:**

*доц. д-р Пламен Павлов*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустриален бизнес и логистика“*

*E-mail: pavlov@ie-varna.bg*

# КОНФЛИКТИ В ОРГАНИЗАЦИЯТА – НУЖДА ОТ ГОЛЕМИ ДАННИ ЗА ТЯХНОТО ЕФЕКТИВНО УПРАВЛЕНИЕ В КОНТЕКСТА НА НАВЛИЗАНЕ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В ИКОНОМИКАТА НА ЗНАНИЕТО

доц. д-р Ивайло Бориславов Иванов  
Катедра „Индустиален бизнес“

Университет за национално и световно стопанство, гр. София

## CONFLICTS IN THE ORGANIZATION - BIG DATA NEED FOR THEIR EFFECTIVE MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF BULGARIAN ENTERPRISES ENTERING THE KNOWLEDGE ECONOMY

Assoc. Prof. Ivaylo Borislav Ivanov, PhD  
Industrial Business Department  
UNWE – Sofia

### Резюме

България неминуемо навлиза в епохата на Икономиката на знанието. Подобни преходи носят в себе и със себе си плеяда от рискове, кризи и конфликти. Обективно необходимо ли е разкриването на връзката между нуждата от ефективното управление на конфликтите с качеството, количеството и типа на необходимите данни за протичащите конфликтни процеси, които неминуемо възникват във всяка една организация? Целта на настоящия доклад е да отговор на така поставения въпрос.

**Ключови думи:** Конфликти, Управление и разрешаване на конфликти, Икономика на знанието, Големи данни.

**JEL:** D74, C55

### Abstract

Bulgaria is inevitably entering the era of the Knowledge Economy. Such transitions bring with them a range of risks, crises, and conflicts. Is it an objective necessity to uncover the relationship between the need for effective conflict management and the quality, quantity and type of data required for the ongoing conflict processes that inevitably arise in any organisation? The purpose of this paper is to answer the question thus posed.

**Keywords:** Conflict, Conflict Management and Resolution, Knowledge Economy, Big Data.

**JEL:** D74, C55

### Въведение

По критерии степен на развитост България се намира сред държавите с индустриална икономика. Водещите европейски държави – членки на ЕС устойчиво са навлезли в икономиката на знанието (често наричана „иновативна икономика“, „нова икономика“, „нова информационна икономика“). Настоящият доклад по същество е насочен към обосновката на нуждата от управление на конфликтите възникващи в българските предприятия, по повод постепенното им навлизане в етапа на развитие на икономиката на знанието. Актуалността на изследвания проблем произтича от тенденциите в икономическото развитие на съвременния етап, които поставят сложни предизвикателства пред българските предприятия. В икономика, основана на знанието човешките ресурси и прилежащите от тях знания, умения, компетентности и трудови навици са основна



предпоставка и източник на конкурентни предимства за българските предприятия. По този повод и между хората възникват конфликтите вътре и между организациите. Те стават все по-значим и не заобиколим фактор в контекста на кардиналните промени на средата. Както пише професор Н. Слатински, „Принудени сме да се съобразяваме с факта, че животът ни протича и ще протича в едно глобализиращо се, постмодерно, мрежовизиращо се и високорисково общество. Системното осмисляне на тези четири измерения на трансформация ще ни бъде от полза при търсенето на решения на проблемите, съпътстващи обществото ни днес. Синтетичното и комплексно разглеждане на тази не срещана досега по мащаби и дълбочина трансформация в историята на човечеството ще ни помогне да намерим отговор на въпроса можем ли и как ще управляваме тази всеобхватна промяна.“ (Слатински, 2017). Управлението именно на тази промяна вече е невъзможно без да се използват големи данни. В не по-малка степен това важи и за конфликтите. Целта на настоящия доклад е разкриването на връзката между ефективното управление на конфликтите в организациите и обществото с качеството, количеството и типа на необходимите големи данни за протичащите конфликтни процеси.

## **1. Конфликтите в организацията – дефиниция и видове**

Позовавайки се на направения преглед на голяма част от съществуващите определения на понятието конфликт от М. Стоянова става ясно, че единен подход и формула за неговото интерпретиране са невъзможни. Съжденията на учените се отнасят до принципното тълкуване на елементите на конфликтната ситуация и в същото време демонстрират забележителни различия при разкриването на самото понятие „конфликт“. Определението на М. Стоянова дава друг акцент, който набляга на процесната същност на феномена конфликт. Конфликтът е процес, в който протичат стълкновения (конфликтни взаимодействия) между най-малко две страни (А и Б), предизвикани от разногласия в техните цели, интереси, ценности и потребности, в резултат на което една от страните – А, съзнателно и активно действа в ущърб на друга – Б, която, като осъзнава и се убеждава, че посочените действия са насочени против нея, предприема съответни действия срещу първата страна – А (Стоянова, 2014, с. 71 – 73).

Важна отправна точка за изследването на конфликтите в организацията е изучаването на различните разновидности на конфликта. Класифицирането им е познавателна операция чрез обединяването им в групи въз основа на един или повече признаци (Марков, 2013, с. 44) и др. Не съществува една-единствена, универсална класификация, чрез която да бъдат обхванати всички разновидности на организационните конфликти. Многообразието на последните предполага те да бъдат систематизирани (и обобщени) въз основа на различни класификационни признаци. Могат да бъдат представени много и различни класификации на конфликтите общо и в организацията конкретно. Анализ на достъпните класификации е налице при И. Михайлова (Михайлова, 2018, с. 27 – 31). Там са обобщени класификациите на А. Кармин (Кармин, 1999); И. Ворожейкин и неговите съавтори (Ворожейкин и кол., 2004); Д. Й. Димитров (Димитров, 2004); Н. Георгиев (Георгиев, 2005), К. Марков (Марков, Те се допълват с тези на С. Емельянов (Емельянов, 2017); Л. Милков (Милков, 2014) и М. Стоянова (Стоянова, 2014а).

Особено актуална е класификацията на С. Емельянов (Емельянов, 2017, с. 41 – 42). Той класифицира конфликтите според:

- сфера на проявление – конфликтите биват икономически, идеологически, социално-битови и семейно-битови;
- степен на продължителност и интензивност на конфликта – остри и бързопротичащи; остри и продължителни; леки и продължителни и леки и бързопротичащи;

- субекти на конфликтното взаимодействие – вътрешноличностни, междуличностни, конфликти „личност-група“ и междугрупови;
- последици от конфликта – конструктивни и деструктивни;
- предмет на конфликта – реални (предметни) и нереални (безпредметни).

Много популярна и с голяма практическа стойност е и т.нар. биполарна (бинарна) класификация, която съдържа 36 вида конфликти и е приложима и за трите равнища на изследване на конфликтите – макро, мезо и микро. Разработена е от гледна точка на практическата необходимост да се прецени доколко един конфликт е полезен и има положителни последици.

*Таблица 1*

**Бинарна класификация на конфликта**

N	18 групи двойки – 36 вида конфликти	
1	Позитивен	Негативен
2	Самоцелен	Несамоцелен
3	С усложнения	Без усложнения
4	По недоразумение	Реални
5	Скрити	Открити
6	Внезапни	С инкубационен период
7	Еднократни	Нееднократни
8	Периодични	Непериодични
9	В съответствие с груповите интереси	Против груповите интереси
10	Желани	Нежелани
11	Силни	Слаби
12	Кратки	Дълготрайни
13	Парциални (между две личности)	Непарциални
14	Очаквани	Неочаквани
15	Предизвикани	Самоналожили се
16	Едностранно насочени	Двустранно насочени
17	Свързани с други конфликти	Несвързани с други конфликти
18	Гравитационни (привличащи други участници)	Негравитационни

*Източник: Стоянова, 2014а, с. 97*

## **2. Управление на конфликтите в организацията**

В социологическите и конфликтологичните публикации се срещат различни определения за понятието „управление на конфликта“. Дискусиите се отнасят до неговото дефиниране в съдържателен аспект и терминологична употреба. Съществуващите концепции могат да се групират в три направления. Първото разглежда управлението като синоним на регулирането. Типичен негов представител е Р. Дарендорф. Смисълът, който се влага в това понятие, са форми на контрол на конфликта, които се отнасят по-скоро

до неговите прояви, а не до неговите причини. Основна роля тук играят институциите и правилата на играта. Именно институционализирането на конфликта показва, че обществото приема конфликтите и чрез институциите се стреми да ги управлява. Второто направление разглежда регулирането като по-широко понятие от управлението. Дж. Макгартни и Б. О. Леари са ярки представители на това направление. Радетелите му смятат, че регулирането обхваща както прекратяването на конфликта, така и неговото управление. Според представителите на третото направление (Н. Кац, Я. Тов, П. Блау, О. Хампсън, Б. Мендел, Й. Галтунг) управлението е по-широко понятие, а регулирането е един от методите на управлението. Управлението предполага контролиране, ограничаване и предотвратяване на конфликтно-то поведение по начин, който го прави по-малко разрушително (Стоянова, 2014б).

Управлението на конфликти в организацията е съзнателна целенасочена дейност по прогнозиране, предотвратяване или стимулиране, регулиране и разрешаване на конфликтите. Тя е насочена и към осъществяване на управленско въздействие по начин, по който да се засилят конструктивните функции на конфликтите и да се предотвратят или минимизират възможните негативни последствия от тях. (Михайлова, 2018, с. 65).

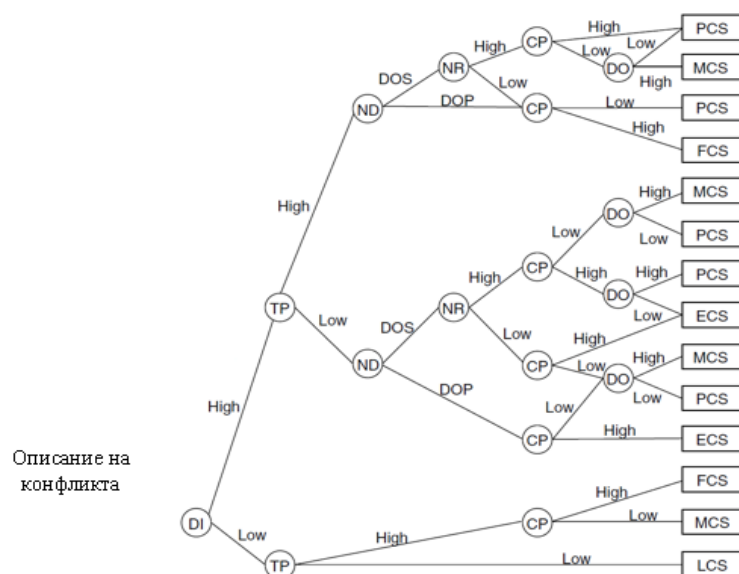
### **3. Какви данни са нужни за управлението на конфликтите в организацията от страна на вземащите решения мениджъри**

От особено значение са следните типове данни, които е нужно да бъдат по подходящ начин събирани, обработвани и анализирани, за да може да бъдат адекватно използвани в процеса на вземане на управленския решения.

На първо място става дума за данни, които да подпомогнат избора на стратегия за намеса на един ръководител като трета страна в вътрешно организационен конфликт. Ако се приложи моделът на Тибо и Уолкър, който Шепърд (Sheppard, 1983) развива, то ще е необходима информация, която да подпомогне даването на отговор на два въпроса. Единият е: Каква е степента на контрол на вземащия дадено управленско решение върху процеса? А вторият: Каква е степента на контрол на вземащия дадено управленско решение върху резултата? Определянето на тези две степени би позволило да се избере най-подходящата от четири възможни стратегии (Михайлова, 2018). В този контекст определено е важно и получаването на информация за честотата на използване на една или друга стратегия.

В изследваната област на управление на конфликтите в организацията при наличието на достатъчни като количество и надеждност данни с успех може да се прилага и моделът на Елангован (Elangovan, 1995b, 1998). В същността си това е прескриптивен модел, който е предназначен да насочва мениджърите при избор на стратегия на намеса в конфликт. На практика това е прилагането на метода на разработване на „дърво на решенията“ при което прилагащия го следва набор от шест въпроса, свързани с всяка от дефинираните от Елангован характеристики на конфликта (фиг. 1).

<b>DI (Dispute Importance)</b>	Колко важен е конфликтът (спорът) за ефективното функциониране на организацията?
<b>TP (Time Pressure)</b>	Колко важно е конфликтът да се разреши възможно най-бързо?
<b>ND (Nature of Dispute)</b>	За какво е конфликтът – относно тълкуването на съществуващите правила и процедури или за промяна на съществуващите правила и процедури?
<b>NR (Nature of Relations)</b>	В каква степен ще си взаимодействат в бъдеще спорещите страни?
<b>CP (Commitment Probability)</b>	Ако ръководителят трябва да наложи решение на подчинените си (конфликтующите), каква е вероятността те да се ангажират с изпълнението му?
<b>DO (Disputants Orientation)</b>	Ако ръководителят остави подчинените си (конфликтующите) сами да разрешат конфликта, каква е вероятността те да стигнат до съвместно такова?



**Легенда:** MCS - Means-control strategy; ECS - Ends-control strategy; LCS - Low-control strategy; FCS - Full-control strategy и PCS - Part-control strategy

**Фиг. 1. Модел на Елангован за избор на управленска стратегия за намеса в конфликт**  
**Източник:** Elangovan, 1995b, pp. 819, представен от Михайлова (Михайлова, 2018, с. 94)

В зависимост от оценката на конфликта по всеки от въпросите (характеристиките на конфликта) - ниска или висока, мениджърът стига до крайната точка в дървото на целите, която предполага прилагането на конкретна стратегия.

Нужно е така също да се определят факторите, които служат като критерии за оценяването на резултатите от намеса на трета страна в един конфликт в организацията. Майър и съавтори (Meyer et al., 1997) са определили следните три двупосочни фактора: 1. постигане на организационните цели – постигане на целите на индивидите; 2. удовлетвореност на служителите – ефикасност; 3. краткосрочно изглаждане на разногласията - постигане на трайно решение. Определено и тук големите данни имат потенциално поле за приложение.

В по-общ план, когато става дума за намесата на мениджърите като трета страна в един спор освен определянето на двете вече споменати степени на контрол упражнявани върху крайния резултат от конфликта и степен на контрол упражняван върху процеса, Нюджънт добавят степента на отчитане на съдържателните аспекти на спорните въпроси и степен на отчитане на емоционалните аспекти на спорните въпроси (Nugent, 2002, pp. 143)

Михайлова анализира задълбочено моделът на Нюджънт, като набляга на променливите, които е необходимо да се отчитат на всяка от стъпките в процеса на вземане на решение за намеса в конфликт (таблица 1).

**Ключови променливи за стъпките в процеса на вземане на решение за намеса на ръководителя в конфликт**

Стъпка	Необходима или целесъобразна ли е намесата на ръководителя в конфликта?	Ако е необходима намеса на ръководителя, какъв вид намеса е най- подходящ?	Ръководителят ли е подходящото лице, което да осъществи намесата в конфликта?	Ако личната намеса на ръководителя не е уместна, трябва ли да се осигури намеса на друга независима страна и как ръководителят да я използва целесъобразно?
<b>Ключови променливи</b>	<p>Въздействие на конфликта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• неотложност</li> <li>• значимост</li> </ul> <p>Способност на страните за разрешаване на конфликта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умения</li> <li>• мотивация</li> </ul>	<p>Въздействие на конфликта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• неотложност</li> <li>• значимост</li> </ul> <p>Способност на страните за разрешаване на конфликта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умения</li> <li>• мотивация</li> </ul> <p>Взаимоотношения между страните:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• степен на доверие</li> <li>• дългосрочни/кратко срочни</li> </ul> <p>Естество на спорните въпроси:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• съдържателно</li> <li>• емоционално</li> </ul>	<p>Характеристики на ръководителя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• интереси</li> <li>• пристрастия</li> <li>• компетентност за намеса е конфликта</li> <li>• наличие на време</li> </ul> <p>Взаимоотношения на ръководителя с конфликтующите страни:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• степен на доверие</li> <li>• статус</li> </ul>	<p>Характеристики на ръководителя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• компетентност</li> <li>• потребност от развитие</li> <li>• компетентност</li> </ul> <p>Характеристики на независимата страна:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• вътрешни/външни</li> <li>• компетентност</li> </ul>
<b>Екзогенни променливи</b>	Културни влияния и променливи	Културни влияния и променливи	Културни влияния и променливи	Културни влияния и променливи

*Източник: Nugent, 2002, pp. 144, адаптирано от Михайлова, 2018, 107*

На този етап – в началото на формулирането на този нов в същността си изследователски проблем, какъвто е визирият в настоящия научен доклад, предложените за анализ променливи са необходимото и достатъчно условие за стартиране и продължаването на дискусия за приложимостта на дигитализацията и големите данни в областта на управлението на конфликтите.

### **Заклучение**

Въпросите за ефективното управление на конфликтите имат своите безспорни икономически аспекти особено ако се погледне през две понятия въведени от Кармин и колектив - цена на конфликта и цена на изхода от конфликта. Цената на конфликта за всяка една от страните в конфликта се формира като сума на три величини: разход на енергия, време и сили за противоборството; вредите нанесени от действията на другата страна; загуби, свързани с влошаването на общата ситуация. Цената на изхода от конфликта е разликата между загубите, с които е съпроводен изхода и печалбата, която той носи. Ако печалбата е по-голяма от колкото загубите, то изгодата от прекратяването на конфликта е ясна. Но печалбата обикновено е неясна и хипотетична и това значително

снижава нейната оценка. Докато загубите се ясно видими, поради което те се оценяват високо. Това дава отговор защо в повечето случаи загубите се представят повече, отколкото печалбата. В такъв случай е целесъобразно да се съпоставят цената на конфликта и цената на изхода от конфликта. Ако цената на конфликта е по-ниска, тоест цената на изхода на конфликта е много висока, то тогава има смисъл да се продължава конфликтът. И обратно, ако цената на конфликта е по-голяма от цената на изхода на конфликта, по-„евтино“ е конфликтът да бъде прекратен вместо да разходваме средства за неговото продължаване. Сравняването на цената на конфликта и цената на изхода от него позволява рационално да се реши въпроса струва ли си да продължаваме конфликта, отчитайки по-нататъшното нарастване на неговата цена или е по-изгодно той да бъде прекратен (Кармин et al., 1999, с. 60-62).

Всички ключови променливи и различните комбинации от тях, влияещи върху избора на намеса в процеса на вземане на решение при конфликти от мениджърите в организациите, предполагат по подразбиране възможности да бъдат изследвани с помощта на съвременните информационни технологии и подходящ статистически инструментариум. И то независимо от факта дали данните за тези променливи са структурирани, полу-структурирани или неструктурирани. Натрупването от масиви големи данни за визираните променливи показатели, тяхната обработка и практическо приложение създават възможности за откриване на непознати закономерности и значимо подобряване на практиката по управление на конфликти в организациите и обществото. По този начин и преходът към Икономика на знанието у нас би бил по-ефективен и в крайна сметка по-евтин, когато се засегне въпросът за цената на конфликтите, които го съпровождат и той самият поражда.

### Използвана литература

1. Ворожейкин, И. Е., Кобанов, А. Я. & Захаров, Д. (2004) Конфликтология. Москва: ИНФРА-М.
2. Георгиев, Н. (2005). Конфликтът в бизнесорганизацията. Свищов: Академично издателство „ЦЕНОВ“.
3. Димитров, Д. Й. (2004). Конфликтология. Второ ред. София: УИ "Стопанство".
4. Емельянов, С. М. (2017). Управление конфликтими в организации. Москва: Юрайт.
5. Кармин, А. С. (1999). Конфликтология. Санкт-Петербург: Издателство „Лань“.
6. Марков, К. (2013). Конфликтология. Велико Търново: Издателски комплекс при НВУ „Васил Левски“.
7. Милков, Л. А. (2014). Конфликтология. София: Издателство „Юни Експрес“ ООД.
8. Михайлова, И. (2018). Управленски стратегии за справяне с организационни конфликти. София: Софийски университет "Св. Климент Охридски".
9. Слатински, Н., (2017). Основни подходи (модели) при изучаването на риска и някои аспекти на тяхното практическо приложение. [Онлайн] Available at: <https://nslatinski.org/?q=bg/node/1127> [Отваряно на 15 Февруари 2023].
10. Стоянова, М. Г. (2014а). Конфликтите през призмата на социологията. Второ прераб. и доп. изд. ред. София: Издателски комплекс - УНСС.
11. Стоянова, М. (2014). Управление на конфликтите в организациите. От: Управление на човешките ресурси. София: Изд. НБУ, pp. 419-469.
12. Elangovan, A. R. (1995). Managerial Third-Party Dispute Intervention: A Prescriptive Model of Strategy Selection. *The Academy of Management Review*, Vol. 20 (4), pp. 800-830.

13. Elangovan, A. R. (1998). Managerial Intervention in Organizational Disputes: Testing a Prescriptive Model of Strategy Selection. *The International Journal of Conflict Management*, Vol. 9 (4), pp. 301-335.
14. Meyer, J. P., Gemmel, J. M. and Irving, P. G. (1997). Evaluating the Management of Interpersonal Conflict in Organizations: A Factor-Analytic Study of Outcome Criteria. *Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, Vol. 14 (1), pp. 1-13.
15. Sheppard, B. H. (1983). Managers as Inquisitors: Some Lessons from the Law. In: Bazerman, M. and Lewicki, R. J. eds. *Negotiating in Organizations*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, pp. 193-213.

**Информация за контакт с автора:**

*доц. д-р Ивайло Б. Иванов*

*УНСС-София, катедра „Индустириален бизнес“*

*E-mail: i.ivaylo@unwe.bg*

Настоящата публикация е резултат от изследване проведено в рамките на научно-изследователски проект НИД НИ-4/2022 на тема: “Навлизане на българските предприятия в икономиката на знанието – съвременни аспекти и предизвикателства“. Проектът се финансира от целевата субсидия за НИД на УНСС – София.

# РАВНИЩЕ И СЪДЪРЖАТЕЛНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ОПУБЛИЧЕНАТА В ИНТЕРНЕТ ФИРМЕНА КУЛТУРА НА ГОЛЕМИТЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НА ПИВО В БЪЛГАРИЯ

доц. д-р Илиан Минков  
Икономически университет - Варна

## LEVEL AND CONTENT CHARACTERISTICS OF THE ONLINE PUBLICIZED CORPORATE CULTURE OF THE LARGE BEER MANUFACTURERS IN BULGARIA

Assoc. Prof. Ilian Minkov, PhD  
University of Economics - Varna, Bulgaria

### Резюме

Опубличената фирмена култура в интернет има съществена роля за "визуализацията" на стратегическите приоритети на компаниите в условията на динамична и силно конкурентна среда. Това е свързано от една страна с оповестеният брой елементи на тази култура, и от друга - с тяхното съдържание. Целта на доклада е да се идентифицира равнището на опубличената в интернет фирмена култура на големите производители на пиво в България, да се очертаят и анализират съдържателните характеристики на отправените послания и ролята им за изграждане на уникален имидж на организациите в пазарното пространство. Използваният изследователски инструментариум включва структурен и контент анализ.

**Ключови думи:** *опубличена фирмена култура, производители на пиво, мисия, визия, ценности*

**JEL Класификация:** *M14, M31*

### Abstract

Online publicized corporate culture has an essential role for the "visualization" of the strategic priorities of companies in the conditions of a dynamic and highly competitive environment. This is related on the one hand to the published number of elements of this culture, and on the other - to their content. The aim of this paper is to identify the level of the online publicized corporate culture of the large beer manufacturers in Bulgaria, to outline and analyze the content characteristics of the messages sent and their role in building a unique image of the organizations in the market space. The research tools used include structural and content analysis.

**Keywords:** *publicized corporate culture, brewers, mission, vision, values*

**JEL Classification:** *M14, M31*

### Въведение

Безспорно опубличената фирмена култура в интернет има съществена роля за "визуализацията" на стратегическите приоритети на компаниите в условията на динамична и силно конкурентна среда. Може да се твърди, че колкото е по-голям броят на оповестените елементи на културата във виртуалното пространство, толкова нейният принос за прокламиране на тези приоритети е по-значим. Но броят, и съответно равнището на опубличаване на културата, е необходимо, но не и достатъчно условие за изпълнение на изтъкнатата ѝ роля. Важни за изграждане на уникалния облик на всяка бизнес



организация са съдържателните характеристики на официалната култура, спомагащи за отличаване на компаниите една от друга, в т.ч. спецификите във философията на бизнеса, смисъла на съществуването на компанията, глобалните цели, ключовите приоритети и др. Във връзка с това целта на доклада е да се идентифицира равнището на опубличената фирмена култура на големите производители на пиво в България, да се очертаят и анализират съдържателните характеристики на отправените послания и ролята им за изграждане на уникален имидж на организациите в пазарното пространство.

Методологията на изследването в доклада се основава на системния подход, тъй като оценява развитието на опубличената в интернет фирмена култура като система от нейните първостепенни и второстепенни елементи. Използваният методически инструментариум включва структурен и контент анализ. Анализът е насочен в следните направления:

1. Определяне на коефициента (в %) на оповестяване на елементите на опубличената фирмена култура;
2. Очертаване на основните съдържателни характеристики на отделните елементи.

Обект на настоящото изследване са официалните уеб страници на големите производители на пиво в България, включващи 6 пивоварни компании, произвеждащи масово пиво, представени в табл. 1.

**Таблица 1**

**Големи пивоварни компании, производители на масово пиво**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Болярка ВТ" АД - <a href="https://boliarkacompany.com/">https://boliarkacompany.com/</a></li> <li>• "Бритос" ЕООД - <a href="https://britos.bg/">https://britos.bg/</a></li> <li>• "Загорка" АД - <a href="https://zagorkacompany.bg/">https://zagorkacompany.bg/</a></li> <li>• "Каменица" АД - <a href="https://kamenitza.bg/">https://kamenitza.bg/</a></li> <li>• "Карлсберг България" АД - <a href="https://carlsbergbulgaria.bg/">https://carlsbergbulgaria.bg/</a></li> <li>• "Ломско пиво" АД - <a href="https://lomskopivo.com/">https://lomskopivo.com/</a></li> </ul>
--

*Източник: Съставена от автора*

**Резултати**

На базата на броя на прокламираните от пивоварните предприятия елементи (общо и основни) на опубличената фирмена култура се определя коефициента на оповестяването им за всеки от големите производители и сектора като цяло (табл. 2).

**Таблица 2**

**Равнище на оповестяване на елементите (общо и основни) на опубличената фирмена култура от големите пивоварни предприятия в България**

Фирма	Опубличени елементи общо	Опубличени основни елементи	Кк (%)	Кк осн. (%)
"Болярка ВТ" АД	3	2	37,5	66,67
"Бритос"	1	0	12,5	0
"Загорка" АД	7	3	87,5	100
"Каменица" АД	2	0	25	0
"Карлсберг"	5	3	62,5	100
"Ломско пиво"	1	1	12,5	33,33

Кк сект.			<b>39,58</b>	
Кк осн. сект.				<b>50</b>
Кк` осн. сект.				<b>75</b>

*Източник: Съставена от автора въз основа на информация от официалните уеб страници на компаниите*

Интегралният коефициент на оповестяване на елементите на културата за сектора е 39,58 %, което показва че всяка от големите компании в него оповестява средно около 3 елемента. Най-високо равнище на оповестяване демонстрират "Загорка" АД - 87,5 % и "Карлсберг" - 62,5 %. При една трета от предприятията коефициентът е 12,5 %, резултат на оповестяването само на един културен елемент във виртуалното пространство. Интегралният коефициент на оповестяване само на основните елементи средно за всички фирми от сектора е 50 %. Определен на база само на тези пивоварни, които са прокламирали основни елементи (4 организации), коефициентът е 75 %. Водещи в това отношение са "Загорка" и "Карлсберг" имащи максимален коефициент от 100 %, тъй като са оповестили и трите основни елемента - мисия, визия и ценности.

При изследване на съдържателната страна на елементите на опубличената фирмена култура на големите производители на пиво в България основно вниманието следва да се насочи към първостепенните елементи, тъй като в тях се съдържат основните акценти на дългосрочната им политика.

Организационна мисия са прокламирали четири компании - "Болярка ВТ" АД, "Загорка" АД, "Карлсберг България" АД и "Ломско пиво" АД. Прави впечатление, че в техните послания се поставя твърде различен стратегически фокус. "Загорка" и "Карлсберг" полагат в основата на фирмената си философия стремежът към създаване на по-добър свят, като висш смисъл на тяхното съществуване. От друга страна "Болярка" акцентира върху традициите, които има в производството на пиво, като отправна точка за бъдещото си развитие, докато "Ломско пиво" се фокусира върху продукта и неговото качество. Въз основа на това може да се каже, че в сектора се наблюдават както глобални, насочени към обществото, така и прагматично ориентирани мисии, което предполага стремеж на производителите към диференцирано позициониране в съзнанието на целевите аудитории.

Визията присъства в стратегическото културно портфолио на "Болярка", "Загорка" и "Карлсберг". На базата на контент анализа могат да се направят следните констатации:

1. От гледна точка на съвременните теоретични концепции правилно дефинирана е единствено визията на "Карлсберг", която гласи, че глобалната цел на компанията е "да бъдем най-успешният, професионален и атрактивен пивовар на пазарите, на които оперираме".

2. Визиите на "Загорка" - "да правим света по-добър" и на "Болярка" - "да създаваме качествено пиво" се придържат към по-старите теоретични виждания, в които "визията" и "мисията" се разглеждат като еквивалентни понятия, но нямат характер на глобална цел, което по същество трябва да представлява декларацията на организационната визия.

Ценности са оповестени единствено на уеб страниците на "Загорка" и "Карлсберг". В ценностното ядро на "Загорка" присъстват категориите "грижа", "кураж", "удоволствие" и "страст", а на "Карлсберг" - "адаптивност", "отговорност" и "действие". Видно е, че ценностите на "Загорка" имат хедонистичен характер и са в пълен унисон с мисията и визията на компанията, което придава смислова завършеност и обусловеност на нейното портфолио от първостепенни елементи. В същото време ценностите на

"Карлсберг" очертават основните приоритети на пивоварната в ежедневната ѝ дейност, като те изцяло съответстват на част от ключовите ценности на модерната иновативна фирмена култура, дефинирани от Каплан и Нортън. Прави впечатление също, че ценностните системи на двете компании са изградени от малък брой ценности, което кореспондира с теоретичните постулати и демонстрира ясна визия за водещите драйвери в тяхната бизнес философия.

Основните акценти във второстепенните елементи на опубличената на официалните уеб страници фирмена култура на големите производители на пиво в България са представени в табл. 3.

**Таблица 3**

**Акценти във второстепенните елементи на опубличената фирмена култура на изследваните производители на пиво в България**

Елемент	Акцент
Организационно мото	"Независимо, сплотено семейство" ("Бритос" ЕООД) "Създаваме по-добър свят" ("Загорка" АД) "Всяка глътка има история" ("Каменица" АД)
КСО	<ul style="list-style-type: none"> <li>● "Загорка" АД</li> </ul> "Създаваме по-добър свят" - глобална стратегия за устойчиво развитие с 6 области: опазване на водните ресурси; намаляване на въглеродните емисии; използване на устойчиви ресурси; отговорна консумация; грижа за общността; безопасност и здраве. <ul style="list-style-type: none"> <li>● "Карлсберг България" АД - Програма "Заедно към нулев отпечатък и отвъд", включваща цели по отношение на екологични, социални и управленски теми (ESG)</li> </ul>
Етичен кодекс	<ul style="list-style-type: none"> <li>● "Загорка" АД - Основни принципи: личен интегритет; търговски интегритет; отговорност към компанията.</li> </ul>

**Източник:** Съставена от автора въз основа на информация от официалните уеб страници на компаниите

От съдържателна гледна точка може да се твърди, че второстепенните елементи допринасят за доизграждане на културния профил на компаниите, като най-голям принос в това отношение имат историческите факти и организационното мото/девиз.

На базата на проведеното проучване могат да се направят следните основни **изводи**:

1. Големите производители на пиво в България демонстрират високо равнище на оповестяване на елементите (общо и основни) на опубличената фирмена култура в интернет, което рефлектира положително върху техния публичен имидж.

2. В мисиите на пивоварните компании се прокламира различен смисъл на тяхното съществуване - от продуктово ориентиран, към общочовешки насочен. Това спомага за тяхното диференциране и правилно позициониране в пазарното пространство.

3. Формулировките на оповестените визии, с изключение визията на "Загорка" АД, не изпълняват своята роля да афишират глобалните цели на компаниите и желаното им място на целевите пазари.

4. Разгласените в интернет ценностни системи са добре изградени, независимо от малкия брой от фирми, които са направили това.

### **Заклучение**

В заключение следва да се отбележи, че производителите на масово пиво в България имат ясна визия по отношение на предимствата, обезпечавани от опубличаване на официалната фирмена култура в онлайн пространството. В допълнение към високото равнище на оповестяване на елементите на тази култура трябва да се добави и релевантното им съдържание, което допринася за отличаване на отделните компании в очите на потребителите и останалите пазарни участници. Освен големите производители, на пазара оперират и множество микропивоварни, произвеждащи Крафт пиво. Във връзка с това изследователски интерес представлява равнището на опубличената фирмена култура на тези предприятия и различията, които съществуват в това отношение спрямо крупните пивоварни компании.

### **Информация за контакт с автора:**

*доц. д-р Илиан Минков*

*Икономически университет - Варна, катедра "Индустриален бизнес и логистика"*

*E-mail: [minkov@ue-varna.bg](mailto:minkov@ue-varna.bg)*

# ПРИЛОЖЕНИЯ НА БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИЯ КАТО ГЛОБАЛНА ИНОВАЦИЯ

гл. ас. д-р Ваня Хаджиева  
Нов български университет, гр. София

## APPLICATIONS OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY AS A GLOBAL INNOVATION

Chief Assist. Prof. Vanya Hadjieva, PhD  
New Bulgarian University, Sofia, Bulgaria

### Резюме

Блокчейн технологията е иновативна система за запис на информация, която е всеобщо достъпна, децентрализирана, прозрачна и динамична, което позволява нейното приложение в множество сектори и индустрии. Приложението на блокчейн технологията може да се реализира в сектори като финансовите услуги, производствените процеси, здравеопазването, държавно управление и т.н., което ще оптимизира глобалния бизнес през 21-ви век. Приложението на технологията в различни сектори ще доведе до повишаване на устойчивостта на съвременния глобален бизнес.

*Ключови думи:* блокчейн технология, иновация, приложимост

*JEL Класификация:* O3, O330

### Abstract

Blockchain technology is an innovative information recording system that is universally accessible, decentralized, transparent and dynamic, allowing its application in multiple sectors and industries. The application of blockchain technology can be realized in sectors such as financial services, manufacturing processes, healthcare, government, etc., which will optimize global business in the 21st century. The application of technology in various sectors will lead to an increase in the sustainability of modern global business.

*Keywords:* blockchain technology, innovation, applicability

*JEL Classification:* O3, O330

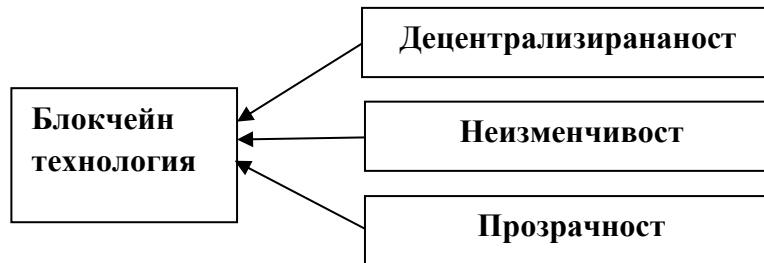
### Въведение

Блокчейн е иновативна система за публично записване на множество записи генерирани от различни участници, като цялата верига от записи е всеобщо достъпна и прозрачна за участниците. В последните десетина години в хода на глобалната дигитална трансформация блокчейн технологията стана особено популярна покрай крипто валутите и тяхното утвърждаване, като пълноценен платежен инструмент. Характерните на блокчейн технологията позволяват тя да намира все по-голямо приложение в различни сектори на глобалното стопанство, като – държавно управление, здравеопазване, и т.н.

Обект на анализ в рамките на представеният материал са характеристиките на блокчейн технологията и потенциалните ѝ приложения в разнообразни направления. Посредством аналитичен обзор на технологичните характеристики са изведени потенциалните области на приложение на блокчейн технологията, като акцент се поставя върху потенциалните ползи и ефекти.

## Блокчейн технологията – същност и базови характеристики

По своята същност блокчейн технологията е дигитален запис на информация-база от данни, която се съхранява на множество компютри, тоест няма централизирана локация за съхранение на информацията. Няколко се ключовите характеристики на блокчейн технологията, които я отличават, както е показано на фиг.1



Фигура 1. Базови характеристики на блокчейн технологията

*Източник: авторска визуализация*

Тези три ключови характеристики отличават блокчейн технологията, като я правят предпочитана и изключително популярна в условията на глобална дигитализация.

Първата характеристика на блокчейн системата е свързана с липсата на централен орган, който да верифицира всяко действие в рамките на системата. Тази именно структура позволява всеки участник да достъпва миналите събития в рамките на общността, както и да създава нови записи без необходимост от централизирана верификация.

Всеобщата достъпност на веригите от записи използвани в блокчейн системите обезпечават и гарантират втората ключова характеристика на структурата - пълната прозрачност за всички участници и извършваните от тях действия. По своята същност прозрачността на дигиталните записи в блокчейн веригите е всеобщо достъпна за всички участници, което позволява да се проследяват отделните действия на всеки от участниците.

Всеобщата достъпност на записите обезпечават и третата ключова характеристика на блокчейн технологията – неизменчивостта. Обстоятелството, че в рамките на блокчейн веригите не се прилага централизирано съхранение, а дигиталните записи се съхраняват на множество независими една от друга локации (машини) обезпечават сигурността на веригите, като я прави силно устойчива спрямо различни злонамерени въздействия и опити за манипулации.

### Как работи блокчейн технологията

В рамките на блокчейн веригите, всички дигитални записи са обвързани в блокове, а всеки блок съдържа криптографски хеш<sup>1</sup>. Организацията на веригата от блокови записи е високо устойчива на външни въздействия и манипулации, защото един път записани данните от всеки блок не подлежат на корекции. Системата позволява корекции, но в такива случаи се изисква верифициране от страна на болшинството участници, като промяната на един блоков запис, води до анулиране на направените последващи записи. Работата на блокчейн системите изисква за всяка нова транзакция или редакция на съществуващ запис верификация - проверка чрез изпълнение на алгоритъм за

<sup>1</sup> Криптографски хеш - Hash функция в криптографията [описание + примери], ranking-chwilowek.net ,вж: <https://bg.ranking-chwilowek.net/hash-funktsiya-v-kriptografiyata-opisanie-primeri-137>, достъп на 15.9.2023

оценка и проверка на историята на конкретното действие. В случаите когато болшинството от участниците (възлите) достигнат до съгласие относно историята и подписите са валидни, новият запис се верифицира и става част от веригата, посредством добавянето на нов блок запис. В случаите когато болшинството от участниците не приемат промяната, то запис към веригата не се добавя. Тази именната организация на блокчейн веригите (разпределен консенсус) им позволява те да работят без използването на централен верифициращ орган/механизъм, който централизирано да валидира действията в рамките на веригата.

**Приложение на блокчейн технологията в различни сектори.** Ключовите и иновативни предимства на блокчейн технологията позволяват нейното широкомащабно приложение в много и разнообразни области.

• **Приложение на блокчейн във финансовия сектор** (финансови услуги).

Блокчейн технологията притежава потенциала да разреши отдавнашната неефективност в банковата индустрия, като премахне необходимостта от посредничеството на трети страни, да увеличи скоростта на работа и да намали разходите. Съществуват три области, в които блокчейн технологията се очаква да окаже значително въздействие:

- трансгранични плащания,
- финансирането на търговията,
- идентификация на клиенти.

С блокчейн банките могат да извършват трансгранични плащания по-бързо и по-евтино, отколкото чрез традиционни услуги като Swift<sup>2</sup>. Като се премахва необходимостта от посредничеството на трети страни, операциите ще бъдат по-ефективни, прозрачни и евтини за клиентите. Освен това, блокчейн технологията може да улесни по-ефективното и рентабилно търговско финансиране, чрез използване на интелигентни договори<sup>3</sup> за изготвяне на споразумения и проследяване на търговските доставки, като по този начин се намалява рискът. Интелигентните договори могат да се използват и за записване, проверка и разпространение на самоличността на клиентите в банките в блокчейн мрежа. Понастоящем Ripple<sup>4</sup> се тества или използва в повече от 300 финансови институции в над 40 държави. Банки като Santander, Bank of America, Royal Bank of Canada и други вече си партнират с Ripple за трансгранични плащания. Функцията на Ripple е подобна на тази на SWIFT. Ripple предоставя на банките и финансовите институции своята онлайн услуга, наречена RippleNet, която позволява на участниците да прехвърлят данни, а плащанията могат да бъдат финализирани в рамките на няколко минути за разлика от SWIFT, който обикновено отнема от 1 до 5 дни. Ripple използва частна, неразпределена блокчейн технология. Транзакциите мога да се извършват, както с фиатна валута, така и със собствената ѝ валута ripple-XRP. Това би спестило много време и пари на банките и ще помогне на регулаторните органи да контролират изпирането на пари, както и други нерегламентирани дейности.

---

<sup>2</sup> Дружеството за световна междубанкова финансова телекомуникация (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication, юридически S.W.I.F.T. SC) е белгийско кооперативно дружество, което предоставя услуги, свързани с извършването на финансови транзакции и плащания между банки по целия свят.

<sup>3</sup> Виж по-подробно по този въпрос: Smart Contracts-интелигентните договори на бъдещето, виж: <https://www.sths-law.com/bg/smart-contracts-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D0%BD%D0%B0-%D0%B1%D1%8A%D0%B4%D0%B5%D1%89/>, достъп на 20.9.2023

<sup>4</sup> Ripple е система за брутен сетълмент в реално време, обмен на валута и мрежа за парични преводи, създадена от базираната в САЩ технологична компания Ripple Labs Inc.

- **Приложение на блокчейн технологията и производствени процеси.**

Въпреки че към момента масовото приложение на блокчейн технологията е във финансовия сектор, интересът към използването на блокчейн в производствената индустрия се увеличава. Блокчейн технологията притежава голям потенциал за оптимизиране на редица процеси в производствената индустрия и е в състояние да промени радикално облика на производствените процеси. Разпределените счетоводни книги могат да се използват за решаване на производствени предизвикателства, особено в управлението на веригата за доставки, включително проследяване на пратки по време на процеса на транспортване и записване на важна информация за продуктите по цялата верига на доставки. През годините технологии като GPS проследяване, радиочестотна идентификация, баркодове, безжични сензорни мрежи и облачни технологии, играят роля в цифровата верига за доставки, за да се обедини информацията, процесите, наблюдението, нивата на наличностите в реално време и взаимодействието на клиентите с продукта.

Отличното функциониране на веригата за доставки има стратегическа стойност, която може да доведе до бърза финансова възвръщаемост и до подобряване на производителността. Обменът на данни не само подобрява ефективността на процеса на трансакциите, но дава и възможност за оптимизиране на сътрудничество между купувачите и продавачите.

В много от глобалните вериги за доставки съществуващите процеси отнемат много време и са скъпи. Те невинаги успяват да се справят с нарастващите проблеми, като например фалшиви продукти и фалшифициране на данни, липса на прозрачност и неправилни условия на съхранение. Блокчейн технологията има голям потенциал за решаване на три ключови проблема във веригите за доставки:

- проследяване на продуктите,
- прозрачност сред участниците и
- невъзможност за фалшифициране на продукт, срокове, характеристики и т.н. на пренасяните активи.

Съвременните вериги за доставки обикновено се характеризират с широк набор от сложни споразумения и договорни задължения, като поръчките се правят по множество канали.

Блокчейн технологията въвежда ред, яснота, доверие, прозрачност и автоматизация в това, което иначе е хаотична среда. Блокчейн технологията драстично би оптимизира процесите, базирани на хартия, като в същото време въвежда по-голяма сигурност и прозрачност, чрез дигитално моделиране на взаимоотношенията в глобалната екосистема на доставки. Блокчейн може да съхранява подробна информация за всяка съставна част и да я прави достъпна за всеки участник, както нагоре, така и надолу по веригата.

Блокчейн може да бъде алтернатива, която да подобри и ускори обмена на информация и да замени хартиените системи за проследяване и ръчни проверки, които правят веригите за доставки уязвими, несигурни и скъпи. Този потенциал за обмен на информация може да се разглежда като засилване на цялостната способност за контрол на веригите за доставки и техния потенциал. Блокчейн помага за изграждането и изпълнението на интелигентни договори и създава видимост за търговските партньори и по-ефективно сътрудничество.

Технологията установява доверие между партньорите по верига, като гарантира, че всяка трансакция се записва и съхранява на множество места в цялата разпределена мрежа. Административните функции биха били драстично редуцирани или елиминирани поради всеобщата видимост на трансакциите и възможността за избягване на дейности, които не добавят стойност. Това от своя страна ще повиши ефективността на веригата за



доставки и ще намали сложността на системата и не на последно място ще оптимизира цената на доставките в глобален мащаб.

- **Здравеопазване базирано на блокчейн технологията.** В рамките на здравната система блокчейн технологията би имала стратегическа роля за дигиталната трансформация на сектора. Технологията за водене на счетоводни книги помага на изследователите в областта на здравеопазването, като улеснява безопасното прехвърляне на медицинските досиета на пациентите и управлението на веригата за доставка на лекарства и консумативи.

Приложението на блокчейн технологията би направила прозрачен целия процес на предписване на лекарства - от производството до рафтовете на аптеките. Тя предлага възможности за ефективно планиране на снабдяването, за да се предотвратят смущенията и недостигът в клиниките, аптеките и другите медицински заведения на различни лекарства. Внедряването на цифрови рамки, базирани на блокчейн технологията, би помогнало да се гарантира, че логистичните данни са защитени от неправомерни и зловредни корекции, което би довело до повишаване на доверието и предотвратяване на незаконното боравене с документи, плащания и медикаменти в рамките на системата. Блокчейн може да запази неподправен, децентрализиран и прозрачен регистър на всички данни за пациентите, а посредством криптирането да обезпечи поверителността на медицинските данни. Благодарение на децентрализираната структура на технологията пациентите, лекарите и доставчиците на здравни услуги могат бързо и безопасно да споделят една и съща информация.

Досега най-сериозните проблеми, с които се сблъсква индустрията са свързани със защитата и обмена на данни. Тази технология подобрява сигурността, обмена на данни, оперативната съвместимост, целостта и актуализирането на достъпа в реално време, когато е правилно приложена. Пациентите и медицинският персонал се нуждаят от безопасни и лесни средства за записване, изпращане и съгласуване на данни по мрежите без опасения за сигурността. Технологията блокчейн притежава целият потенциал за да оптимизира глобалното здравеопазване.

- **Държавно управление базирано на блокчейн технология.** Блокчейн може да подпомогне правителствените дейности в множество категории, посредством статично съхранение на сигурна информация или динамично съхранение на прехвърляема информация. Една от областите, в които блокчейн може да помогне на правителствата е управлението на документооборота. Националните, щатските и местните правителства отговарят за съхраняването на записите на лични данни, като например рождени дати, дати на смърт и размяна на собственост.

Повечето от тези документи все още са на хартиен носител, чието актуализиране е трудно, скъпо и ресурсоемко. С блокчейн технологията може да се улесни актуализирането и модифицирането на всички тези записи. Децентрализираното съхранение на файлове при което данните се разпределят в мрежата, предпазва файловете от хакване или загуба. Много местни, градски и щатски власти проявяват интерес към съхраняването и управлението на правителствени документи в блокчейн.

Дубай стана първата държавна структура в света, която прилага технологията блокчейн за държавни архиви. Департаментът за недвижими имоти на Дубай<sup>5</sup> създаде системата Blockchain, като използва интелигентна и сигурна база данни, в която се

---

<sup>5</sup> <https://dubailand.gov.ae/en/news-media/dubai-land-department-achieves-a-technical-milestone-with-the-adoption-of-blockchain-technology-in-cooperation-with-smart-dubai-and-other-partners/#/>, достъп на 17.03.2023

записват всички договори за недвижими имоти, включително регистрациите на договори за наем.

В допълнение към съхраняването и управлението на записи блокчейн технологията може да се използва и за създаване на цифрови завещания, които могат да се използват за разпределяне на активи и да не оставят въпроси за това кой какво трябва да получи.

Изборите са скъпи и трудни за наблюдение. Сигурното гласуване е друга област, в която блокчейн може да помогне. В блокчейн технологията са вградени анонимност и защитено от измами цифрово гласуване, което може да помогне да се гарантира, че изборите се провеждат честно и прозрачно.

• **Приложение на блокчейн технологията в сектора на хранително вкусовата промишленост.** Увеличаването на броя на хората, които консумират храна на обществени места, води до увеличаване на броя на ресторантите и заведенията за приготвяне на храна. Глобализацията предизвиква нарастващо потребителско търсене на разнообразни храни, което води до все по-сложна и по-дълга глобална верига за доставка на хранителни суровини.

Нарастващото търсене на храни доведе до разработването на нови методи и технологии за производство на храни. Тези нововъведения породиха опасения относно безопасността на храните и техният път до крайния потребител. Изменението на климата, водещо до температурни промени, модифицира рисковете за безопасността на храните, свързани с производството, съхранението и разпространението им. Веригите за доставки в хранителната промишленост са изключително сложни и могат да пресичат множество национални граници. Проследяването на произхода на храната е бавен, сложен и скъп процес.

Световната здравна организация (СЗО) твърди<sup>6</sup>, че около 600 милиона души по света се разболяват годишно поради лошо качество на храната. Почти половин милион души умират от болести, предавани по хранителен път. Освен това, въпреки че много хора по света все още страдат от недोхранване, почти една трета от произведената храна се губи или разхищава. Смята се, че тези болести могат да попречат на социално-икономическото развитие на страните поради натоварването на здравните системи на отделните държави. Сигурността и безопасността на храните е жизненоважен фактор, който допринася за развитието на икономиката и туризма.

Във веригата за доставки на храни има много проблеми и блокчейн технологията може да помогне за решаването им, като осигури коректна и актуална информация за транспортираните хранителни продукти от мястото на произход до крайния потребител. Цифровата информация за продуктите, като например номера на партиди, данни за фермата, срокове на годност, температури на съхранение, данни за доставката, информация за фабриката и подробности за транспортирането по време на всеки етап от процеса. Всяка част от информацията предоставя критични точки от данни, които потенциално биха могли да разкрият проблеми с безопасността на храните. Когато информацията, генерирана при всяка транзакция, е съгласувана и има консенсус, тя се превръща в постоянен запис, който не може да бъде манипулиран, което помага да се гарантира неговата точност. Блокчейн технологията може да бъде полезна за различни приложения, като например подобряване на целостта на продуктите, намаляване на измамите и повишаване на безопасността на процесите.

---

<sup>6</sup> [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety#:~:text=Food%20safety%2C%20nutrition%20and%20food,healthy%20life%20years%20\(DALYs\).](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety#:~:text=Food%20safety%2C%20nutrition%20and%20food,healthy%20life%20years%20(DALYs).,), достъп на 17.03.2023

Потенциалът на блокчейн технологията да подобри начина, по който продуктите се придвижват от фермата до чинията, е огромен. Пълната прозрачност и проследимост дават възможност за равнопоставено сътрудничество между партньорите в индустрията и подобряват безопасността на храните в глобалната търговия.

### **Заклучение**

В условията на глобална дигитализация все по-често всеки от нас е принуден да използва различни дигитални инструменти за да реализира обичайните си задачи и именно блокчейн технологията е иновацията, която ще оптимизира процесите в различни сектори, като се започне с крипто търговията, дигиталното здравеопазване, дигитализирането на административните услуги и т.н. Блокчейн технологията тепърва ще бъде имплементирана в редица сектори и процеси за да се постигне оптимизиране на процесите.

### **Използвана литература**

1. Криптографски хеш - Hash функция в криптографията [описание + примери], ranking-chwilowek.net ,виж: <https://bg ranking-chwilowek.net/hash-funktsiya-v-kriptografiyata-opisanie-primeri-137>, достъп на 15.9.2023,
2. Smart Contracts-интелигентните договори на бъдещето, виж: <https://www.sths-law.com/bg/smart-contracts-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D0%BD%D0%B0-%D0%B1%D1%8A%D0%B4%D0%B5%D1%89/>, достъп на 20.9.2023
3. Dubai Land Department постига технически крайъгълен камък с приемането на технологията Blockchain в сътрудничество със Smart Dubai и други партньори, виж: <https://dubailand.gov.ae/en/news-media/dubai-land-department-achieves-a-technical-milestone-with-the-adoption-of-blockchain-technology-in-cooperation-with-smart-dubai-and-other-partners/#/>, достъп на 17.03.2023
4. Key facts, виж: [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety#:~:text=Food%20safety%2C%20nutrition%20and%20food,healthy%20life%20years%20\(DALYs\).](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety#:~:text=Food%20safety%2C%20nutrition%20and%20food,healthy%20life%20years%20(DALYs).), достъп на 17.03.2023

### **Информация за контакт с автора:**

гл. ас. д-р Ваня Хаджиева,

Нов български университет, департамент: Администрация и управление

E-mail: [vhadjieva@nbi.bg](mailto:vhadjieva@nbi.bg)

# ПРОМИШЛЕНИ ДИЗАЙНИ В БЪЛГАРИЯ ЗА ПЕРИОДА 2017 - 2022 ГОДИНА

доц. д-р Пламен Павлов  
Икономически университет – Варна

## INDUSTRIAL DESIGNS IN BULGARIA FOR THE PERIOD 2017 - 2022

Assoc. Prof. Plamen Pavlov PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Благодарение на закрилата, която предоставя регистрираният промишлен дизайн, предприемачите и изследователите имат възможност по-бързо да възвърнат направените разходи по своите нови разработки, да си извоюват по-голям пазарен дял или да запазят вече съществуващите позиции в конкурентната среда и да защитят своите творения от неправомерно копиране и фалшифициране. Целта на доклада е да се разгледат регистрираните промишлени дизайни за шестгодишен период, включващ освен години на нормално развитие на българската икономика и такива, свързани с Ковид-криза и война в Европа и да се направят изводи, които да са полезни както за предприятията, така и от научна гледна точка. Изследването е базирано на системния подход, като са анализирани данни от информационните масиви на Патентно ведомство на Република България за периода 2017 – 2022 година.

**Ключови думи:** *индустриален дизайн*  
**JEL Класификация:** *O34*

### Abstract:

Thanks to the protection provided by the registered industrial design, entrepreneurs and researchers have the opportunity to more quickly recover the costs incurred on their new developments, win a larger market share or maintain existing positions in the competitive environment and protect their creations from illegal copying and counterfeiting. The purpose of the report is to examine the registered industrial designs for a six-year period, including, in addition to years of normal development of the Bulgarian economy, and those related to the Covid-crisis and war in Europe, and to draw conclusions that are useful both for enterprises, and from a scientific point of view. The research is based on the systematic approach, analyzing data from the information databases of the Patent Office of the Republic of Bulgaria for the period 2017-2022.

**Keywords:** *industrial design*  
**JEL Classification:** *O34*

В силно конкурентната среда, в която функционират българските икономически субекти, законодателството в областта на интелектуалната собственост дава сериозни предимства, особено за най-креативните, иновативните и предприемчивите. И ако, когато става дума за изобретения и полезни модели, обикновено се прави асоциация със силно иновативни компании и изобретатели, то промишления дизайн е много по-достъпен, при това не само за силни финансово компании и предприемачи, но и за занаятчии, физически лица и фирми с по-ограничени възможности. От тази гледна точка,

информацията, която може да получим, анализирайки регистрираните промишлени дизайни, може да бъде полезна за направа на изводи относно много по-широк кръг фирми, институции и физически лица.

Предмет на изследване в доклада са регистрираните между 2017 и 2022 година от Българското патентно ведомство промишлени дизайни, а обект е дейността на български и чужди заявители, защитена като такива. Научната цел е да се разгледат регистрираните промишлени дизайни за шестгодишен период, включващ освен години на нормално развитие на българската икономика и такива, свързани с Ковид-криза и война в Европа и да се направят изводи, които да са полезни както за предприятията, така и от научна гледна точка.

В този доклад като първичен източник е използван Официалният бюлетин на Патентно ведомство на Република България за периода 2017-2022 година. От него се получава информация както за постиженията в различните области на интелектуалната собственост в нашата страна, така и за приоритетните сектори, в които се извършват най-много подобни разработки.

Под промишлен дизайн според чл.3, ал.1 от Закона за промишления дизайн (1999), следва да разбираме, видимият външен вид на продукт или на част от него, определен от особеностите на формата, линиите, рисунъка, орнаментите, цветовото съчетание или комбинацията от тях. В случая под продукт се разбира всяко изделие, получено по промишлен или занаятчийски начин, включително части, предназначени за сглобяване в съставно изделие, комплект или композиция от изделия, опаковка, графични символи и печатни шрифтове, с изключение на компютърни програми.

Според Световната организация по интелектуална собственост, промишленият дизайн представлява декоративен аспект на артикул (WIPO, 2023), като той може да се състои от триизмерни характеристики, като формата на изделието, или двуизмерни характеристики, като шарки, линии или цвят.

Промишлените дизайни се прилагат към голямо разнообразие от индустриални и занаятчийски продукти, като се започне от опаковки, музикални инструменти, играчки, мебели, бижута, обувки, дрехи, врати, селскостопанско оборудване, мотоциклети и много други и се стигне до оръжия и боеприпаси. Промишлените дизайни могат да се отнасят и до графични символи, графични потребителски интерфейси и логота. Всички те са подредени в общо 32 класа (Locarno Classification Headings, 2023) и 219 подкласа. Най-много подкласове – 18 има в клас 12 „Транспортни или подедни средства“, а най-малко – един подклас, има в клас 31 „Машини и уреди за приготвяне на храни и напитки, неупоменати другаде“.

Има три начина за получаване на закрила на промишления дизайн, в една или повече държави, в зависимост от територията, на която заявителят търси защита. Чрез регистрация в Патентно ведомство на Република България<sup>1</sup>, чрез регистрация в ЕС – т.нар. дизайн на общността и чрез регистрация в Световната организация по интелектуална собственост, по реда на Хагската спогодба (Министерство на икономиката и индустрията, 2021).

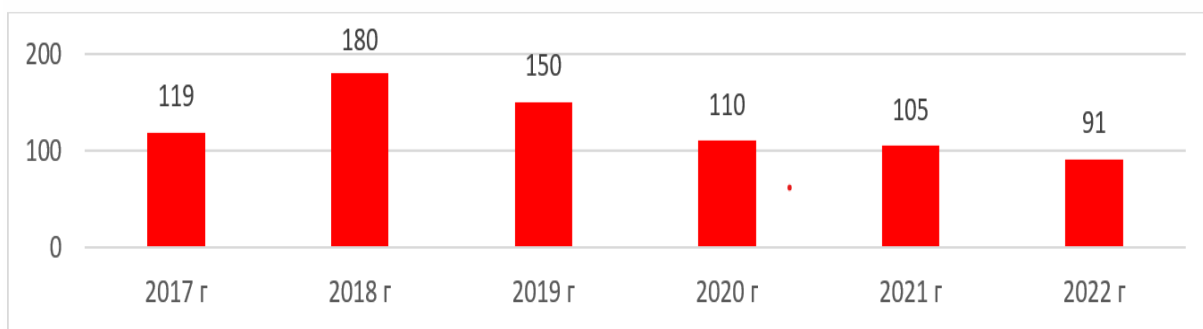
Според българското законодателство (чл.11, ал.1, от ЗПД, 1999), за да се регистрира промишлен дизайн, той трябва да е нов и оригинален. Трябва да се подчертае, че и при дизайна, както и при изобретението и полезния модел, се търси световна новост (Павлов&Станев, 2016). И нещо особено важно, отличаващо промишления дизайн от патентите за изобретение и полезните модели и правещо го интересен за множество предприемачи и изобретатели – срокът на действие на регистрацията на дизайн в България е 10 години от датата на подаване на заявка в Патентно ведомство, но той може да бъде

---

<sup>1</sup> Предмет на настоящото изследване са само регистрираните промишлени дизайни в Патентно ведомство на Република България.

подновяван за три последователни периода от по 5 години. Това означава, че общата закрила би могла да бъде 25 години, което е с 5 години повече дори от срока на действие на патента за изобретение, който според чл.16 от Закона за патентите и регистрацията на полезните модели (1993), е 20 години от датата на подаване на заявката в Патентно ведомство. При това таксите за регистриране на промишления дизайн са многократно по-ниски от тези, за регистриране и поддържане на патенти за изобретения или полезни модели (Тарифа за таксите, които се събират от ПВРБ, 2023). Когато към това се добави и значително по-малкото информация, в сравнение с патентите за изобретения и полезни модели, която трябва да разкрие заявителят, за да получи регистрацията на промишлен дизайн – нещо много важно в борбата с конкуренцията, става ясно защо много компании и особено физически лица прибягват до този вид закрила.

За периода 2017-2022 година в Патентно ведомство на Република България има регистрирани общо 755 промишлени дизайна. От тях 449 са през първите три години, а 306 са за годините 2020-2022. Вероятно медицинските, военни и енергийни кризи през втория период, а може би и други причини, са оказали влияние и върху активността на компании, научни и други организации и физически лица в областта на тяхната творческа и интелектуална дейност.



**Фиг.1. Регистрирани промишлени дизайни в България за периода 2017 - 2022**

*Източник: Официален бюлетин на Патентно ведомство*

От всички 755 дизайна през разглеждания период, само 16 са на чуждестранни, а всички останали са на български компании, организации или физически лица. Шестнадесетте дизайна, собственост на чуждестранни заявителя се разпределят по следния начин: о-в Гърнзи – 5 броя, Израел – 4 броя и по един за Германия, Гърция, САЩ, Турция, Хонконг, Южна Корея и Китай. Една от важните причини за слабия интерес на чужди икономически субекти за регистрацията на промишлени дизайни в българското Патентно ведомство, можем да търсим в алтернативата, която дава дизайнът на Общността при регистрацията в Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост. Той има значително по-голямо териториално покритие, а сроковете на защита са същите, като тези в България. Нещо повече – в ЕС закрила получават и т.нар. нерегистрирани дизайни на Общността (EUIPO, 2023), но при тях закрилата е за период от само три години от датата, на която за пръв път е станал достъпен за обществеността на територията на Европейския съюз, а след изтичането на трите години, закрилата не може да бъде продължена. Имайки предвид това, следва да посочим, че получените регистрации на дизайни, които разглеждаме в настоящия доклад, са предимно и най-вече на фирми, организации и физически лица, които имат интерес изключително към българския пазар. В тази връзка е интересно да се установи и разпределението на регистрираните в България промишлени дизайни по класове (таблица 1). Тази информация ще покаже в кои

икономически области най-често предприемачи и изобретатели прибягват до защита на техните разработки, с помощта на промишления дизайн.

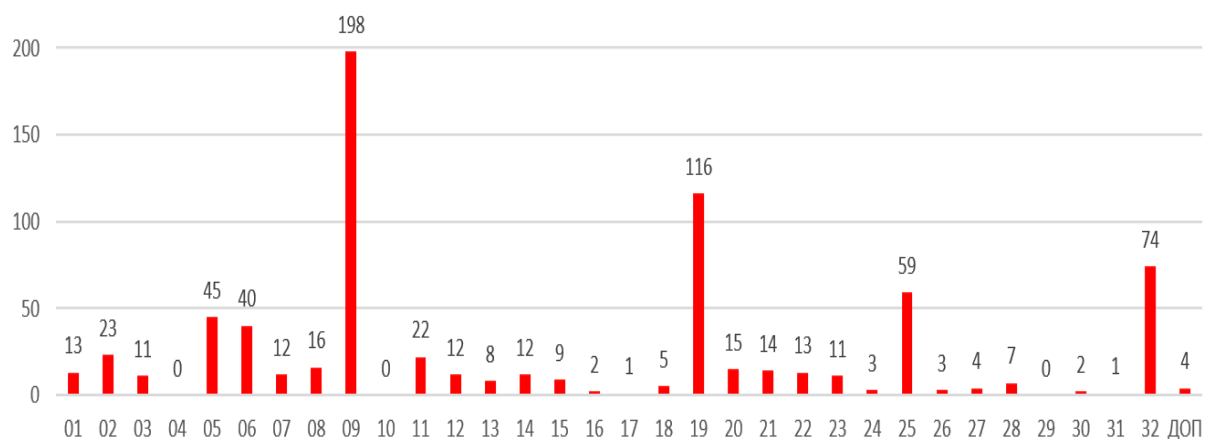
Таблица 1

Регистрирани промишлени дизайни по класове за периода 2017-2022 година<sup>2</sup>

	КЛАСОВЕ																																Общо по години	
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32		ДОП
2017г	4	6	3	0	5	4	2	5	39	0	2	1	1	2	2	1	0	0	15	0	3	2	0	2	8	0	1	0	0	0	0	11	0	119
2018г	2	6	2	0	18	17	4	1	39	0	7	0	1	1	3	1	0	1	30	2	3	4	1	0	13	0	0	1	0	0	1	21	1	180
2019г	3	4	4	0	10	5	1	2	35	0	5	0	1	3	4	0	0	3	21	3	2	1	3	0	20	1	1	3	0	1	0	12	2	150
2020г	1	2	0	0	7	4	2	2	30	0	0	9	2	0	0	0	0	1	20	3	3	3	2	0	9	0	0	0	0	1	0	9	0	110
2021г	3	0	2	0	2	8	0	3	32	0	3	2	2	4	0	0	1	0	17	3	3	1	4	1	3	1	2	1	0	0	0	7	0	105
2022г	0	5	0	0	3	2	3	3	23	0	5	0	1	2	0	0	0	0	13	4	0	2	1	0	6	1	0	2	0	0	0	14	1	91
Общо по класове:	13	23	11	0	45	40	12	16	198	0	22	12	8	12	9	2	1	5	116	15	14	13	11	3	59	3	4	7	0	2	1	74	4	755

Източник: Официален бюлетин на Патентно ведомство

Най-много регистрирани промишлени дизайни са в клас 09 „Опаковки и контейнери за транспорт или обработка на стоки“ – 198 за шестгодишния период. Открояващи се като брой са и 116 дизайна в клас 19 „Канцеларски материали и офис оборудване, художествени и учебни материали“, 74 броя в клас 32 „Графични символи и лога, повърхностни шарки, орнаменти, подреждане на интериори и екстериори“, 59 броя дизайни в клас 25 „Строителни материали и строителни елементи за сгради“, 45 броя в клас 05 „Текстилни тъкани на топове, изкуствени и естествени платове“ и 40 в клас 06 „Мебели и обзавеждане“.



Фиг. 2. Регистрирани промишлени дизайни по класове за периода 2017-2022 година

Източник: Официален бюлетин на Патентно ведомство

Не случайно много регистрации има в класове 09, 19 и 32. За компаниите е добра възможност да регистрират техните опаковки или етикети като промишлен дизайн, при това на приемлива цена и по този начин да ограничат достъпа до използването им от конкуренти. Същото може да се каже и за запазването на лога или графични символи.

В изследвания период изцяло липсват регистрирани промишлени дизайни в класове 04 „Четки“, 10 „Часовници и измервателни, контролни и сигнализиращи уреди“ и 29 „Съоръжения и оборудване срещу пожари, за предпазване от бедствия, нещастни случаи и за спасяване“.

<sup>2</sup> С ДОП в таблица 1 и фиг.2 са отбелязани дизайни с отложена публикация.

Друга полезна информация относно промишлените дизайни може да получим, разглеждайки ги от гледна точка на категориите собственици от юридическа гледна точка (таблица 2 и фиг.3).

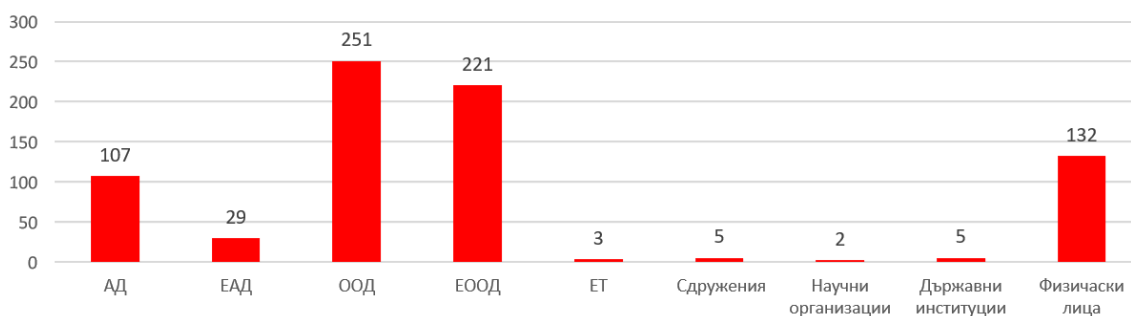
**Таблица 2**

**Регистрирани промишлени дизайни по юридическа форма на притежателя за периода 2017 - 2022 година**

	АД	ЕАД	ООД	ЕООД	ЕТ	Сдружения	Научни организации	Държавни институции	Физически лица	Общо по години
2017г	23	4	45	27	0	1	0	2	17	119
2018г	27	4	47	55	2	1	1	1	42	180
2019г	21	7	74	29	0	1	0	0	18	150
2020г	13	9	31	37	0	0	1	0	19	110
2021г	14	1	29	40	1	1	0	0	19	105
2022г	9	4	25	33	0	1	0	2	17	91
Общо по притежатели	107	29	251	221	3	5	2	5	132	

*Източник: Официален бюлетин на Патентно ведомство*

Както е видно, най-много са регистрираните промишлени дизайни от дружества с ограничена отговорност и еднолични дружества с ограничена отговорност – те са общо 62,5% от всички за разглеждания период. Сериозен е и дялът на дизайните за физически лица – 17,5%.



**Фиг. 3. Регистрирани промишлени дизайни по юридическа форма на притежателя за периода 2017 - 2022 година**

*Източник: Официален бюлетин на Патентно ведомство*

Тъй като малките и средни предприятия и занаятчиите са регистрирани най-често като ЕООД, ЕТ и ООД, по съвсем обективни причини, най-често отнасящи се до изискуем минимален капитал, можем да кажем на база горната информация, че една голяма част от регистрираните в България промишлени образци, са собственост на физически лица, занаятчии и малки фирми. Трябва да се отбележат и пренебрежимо малкото защитни документи за научни институции – само 2 за шест години. Тук някои от причините са, че промишленият дизайн е значително по-подходящ в конкурентната борба на бизнес единиците, както и много по-ниската степен на иновативност и научна дейност при създаване на този тип елементи на интелектуалната собственост.

Изхождайки от анализите може да се направят няколко важни извода:

- Регистрираните промишлени образци в периода на нормално функциониране на икономиката (2017-2019) са с 19% повече, в сравнение с кризисния период (2020-2022).



- Регистрацията на промишлени дизайни в България не представлява особен интерес за чуждестранни заявители – те са само 2,1% за шестгодишния период.

- Най-голям интерес през разглеждания период има към „Опаковки и контейнери за транспорт или обработка на стоки“ – 26,2% от всички промишлени дизайни, а изцяло липсва такъв относно „Четки“, „Часовници и измервателни, контролни и сигнализиращи уреди“ и „Съоръжения и оборудване срещу пожари, за предпазване от бедствия, нещастни случаи и за спасяване“.

- Освен големите и финансово стабилни компании, които са основни заявители на защитни документи за резултатите от научно-изследователска и развойна дейност (каквито са патенти за изобретения, полезни модели, сертификати за нови сортове растения и породи животни и т.н.), по отношение на притежание на регистриран промишлен дизайн има и много малки предприятия, занаятчии и физически лица.

В крайна сметка, регистрацията на промишлен образец в Патентно ведомство на Република България, дава добра възможност в конкурентната борба за компаниите на българския пазар. Това е сравнително евтин начин за получаване на защита за съзидателната дейност от различни големи и малки фирми, занаятчии и физически лица, свързана със създаване на нови продукти, включително и такива, които нямат особено висока иновативност и научен потенциал.

### Използвана литература

1. Закон за патентите и регистрацията на полезните модели. (1993). ДВ. Бр.27.1993. Последна промяна 2022. Available at: <https://lex.bg/laws/ldoc/2133079553> [Accessed: 08.08.2023]
2. Закон за промишления дизайн. (1999). ДВ. Бр.81. 1999. Последна промяна 2020. Available at: <https://lex.bg/laws/ldoc/2134680577> [Accessed: 08.08.2023]
3. Министерство на икономиката и индустрията. (2021). Промислен дизайн. Available at: <https://www.mi.government.bg/general/promishlen-dizain/> [Accessed: 01.08.2023]
4. Павлов, П., Станев, В. (2016). Управление на корпоративната интелектуална собственост, Варна: Наука и икономика – ИУ – Варна, 2016.
5. Патентно ведомство на Република България (2023), Официален бюлетин, Available at: <https://www.bpo.bg/bg/publikacii/bulletin> [Accessed: 05.08.2023]
6. Тарифа за таксите, които се събират от Патентно ведомство на Република България. (2023), Available at: <https://www.bpo.bg/uploaded/files/20-TARIFFS-BPO-2021-BG.pdf> [Accessed: 05.08.2023]
7. EUIPO. (2023). Designs in the European Union. Available at: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/bg/designs-in-the-european-union> [Accessed: 09.08.2023]
8. Locarno Classification Headings. (2023). Available at: <https://euipo.europa.eu/designclass/locarnoClassification/find?linkMenu=true> [Accessed: 09.08.2023]
9. WIPO. (2023). Industrial designs, Available at: <https://www.wipo.int/designs/en/> , [Accessed: 08.08.2023]

### Информация за контакт с автора:

доц. д-р Пламен Павлов

Икономически университет – Варна, Катедра „Индустриален бизнес и логистика“

E-mail: [pavlov@ie-varna.bg](mailto:pavlov@ie-varna.bg)

# ПРИЛОЖЕНИЕ НА КЛЪСТЕРНИЯ ПОДХОД ПРИ ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЯ НА ЗЪРНЕНИ ХРАНИ

гл. ас. д-р Ангелина Терзиева  
Кат. "Икономика и стопанско управление"  
Химикотехнологичен и металургичен университет, София

## APPLICATION OF THE CLUSTER APPROACH IN THE PRODUCTION AND REALIZATION OF FOOD CEREALS

Chief Assist. Prof. Angelina Terzieva, PhD  
Department of Economics and Business Administration  
University of Chemical Technology and Metallurgy, Sofia

### Резюме

Настоящия доклад има за цел да представи възможностите за приложение на клъстерния подход при производството и реализация на зърнени храни. Разгледани са от теоретична гледна точка същността на клъстерите, видовете клъстери и тяхната роля за повишаване конкурентоспособността на предприятията. Посочена е ролята на зърнопроизводството за развитие на икономиката на страната. Извършен е анализ на дейностите по производство на две основно отглеждани в страната култури. Посочени са възможностите за тяхното оптимизиране чрез прилагането на No-Till технологиите. Разгледани са предимствата на предлаганата технология и са предложени два варианта за изграждане на клъстерна структура за реализация на произведената продукция.

**Ключови думи:** *подход, клъстер, производство, реализация, зърнени храни*

**JEL:** *L6, Q1*

### Abstract

The purpose of this report is to provide opportunities for the application of the cluster approach in the production and sale of cereals. The essence of clusters, the types of clusters and their role in increasing the competitiveness of enterprises are examined from a theoretical point of view. The role of grain production for the development of the country's economy is indicated. An analysis of the production activities of two main crops grown in the country was carried out. Possibilities for their optimization by applying No-Till technology are indicated. The advantages of the proposed technology were examined and two options were proposed for the construction of a cluster structure for the realization of the manufactured products.

**Keywords:** *approach, cluster, production, realization, cereals*

**JEL:** *L6, Q1*

### Въведение

Зърнопроизводството заема важно място в стопанството на България, тъй като е основен източник на суровини за хранително-вкусовата промишленост и животновъдството и има стратегическо значение за продоволствената сигурност на страната. Същевременно зърното и неговите производни заемат значителен дял в износа на България. В последните години и най-вече след присъединяването на страната ни към Европейския съюз производителите на зърно се изправени пред необходимостта да търсят механизми за повишаване на своите конкурентни предимства с оглед запазване и разширяване на

пазарния си дял на националния и международния пазар. Допълнително предизвикателство пред тях са и съвременните тенденции в развитието на международния бизнес, които оказват пряко влияние върху тяхната конкурентоспособност: усилване на динамиката на бизнес обкръжението, икономическа нестабилност, увеличаване на конкуренцията в използването на природните ресурси, нарастващо значение на развиващите се икономики, повишаване на риска от природни бедствия и необходимост от полагане на грижи за опазване на околната среда с оглед стремежа към постигане на устойчиво развитие. Затова за зърнопроизводителите става все по-важно да обръщат внимание на източниците на суровини, консумативи за производството, както и на начините за придвижване на готовата продукция до пазара.

Един от начините за по-тясна обвързаност и повишаване на своите конкурентни предимства с оглед запазване и разширяване на пазарния си дял е изграждането на вертикални клъстери между фирми занимаващи се със зърнопроизводство и такива занимаващи се с животновъдство. По този начин се образува снабдителска верига целта на която е осигуряване на по-директна връзка производител – потребител. По този начин се ограничат загубите от междинните звена в търговията и се осигурят източниците за доставка и пласментната.

### **1. Клъстерен подход при производство и реализация на продукцията**

Изграждането на клъстерния подход е процес, продиктуван от пазарните условия, в които се осъществява дейността на фирмите. В световната практика обединенията имат разнообразни форми, с което отделните фирми отстояват по-лесно на конкуренцията и използват по-пълно производствените си мощности. При нерегламентираното му провеждане, този процес може да доведе до създаване на монопол и ограничаване на конкуренцията, което противоречи на принципите на пазарната икономика. Поради това търговските законодателства във всички страни поставят този процес (в по-голяма, или в по-малка степен) на регламентация.

Независимо от различните дефиниции за клъстери те могат да бъдат охарактеризирани като взаимосвързани фирми, обединението на които осигурява значително конкурентно предимство в дадена област.

Като обобщени характеристики на клъстерите могат да бъдат дефинирани следните:

- Конкурентоспособността и иновативността на един клъстер не са механична сума от броя на неговите членове. Сравнителните предимства на клъстера се пораждат от възможността за коопериране и партньорство в мрежата и синергичния ефект, който може да се получи в нея.
- Клъстерите включват фирми (производители, клиенти, доставчици и фирми от други индустриални сектори) и организации, които имат поддържаща функция (обучение и квалификация, услуги свързани с въвеждането на иновации в индустрията, организации за реклама и промоции, изследователски институции, административни звена и др.).
- Взаимоотношенията в клъстера се основават на сътрудничество, коопериране и взаимно обвързване в условията на пазарна икономика.
- Регионалната концепция на участниците в клъстерите и относителната близост на други икономически субекти, предполагат възникването на допълнителни ефекти, като например по – ефективно използване на квалифицираната работна ръка в даден регион, увеличаване на вече завоювани пазарни позиции в определена индустриална сфера и други.

Клъстерите повишават ефективността на фирмите по три начина (Портър, 2010):

1. Чрез увеличаване на производителността на фирмите в клъстера, което се дължи на споделяне на най- добри практики, трудови и управленски ресурси;

2. Чрез създаването на възможности за осъществяване на иновации в съответната област;

3. Чрез насърчаване на предприемачеството и създаване на нови фирми.

Към тези три основни фактора може да се добави още един – реализирането на икономии от фирмите в клъстера. Машабът на търсенето сред работодателите в клъстера води до външни икономии, тъй като голям брой фирми с общи или припокриващи се потребности могат да привлекат повече услуги и ресурси (включително работна ръка), отколкото отделни фирми, при това с по – ниски разходи. Други външни икономии включват улеснения достъп до специализирани услуги като банкери и счетоводители, които познават в достатъчна дълбочина технологията и пазарите на индустрията; доверени консултанти, които могат да помогнат за разрешаването на конкретни проблеми и бизнес центрове, които могат да окажат помощ. Някои от тези икономии се дължат на мащаба на създадения пазар и възможностите за работа, а други – на връзките, изградени на базата на доверие или организационно членство, познати под името „социален капитал“. Наблюдава се и т.нар. „просмукване“ на знания, при което технологиите достигат до по- малки фирми не чрез формални пазарни взаимоотношения, а чрез обмен на служители в рамките на една база от общ, специализиран и технически персонал. В клъстерите със социален капитал иновациите се предават много по – лесно. Често фирмите в клъстера имат възможност да ползват съвети и скъпо оборудване, което нито една от тях не би могла да закупи самостоятелно. Всичко това води до реализирането на т.нар. клъстерен ефект, който по своята природа е синергичен ефект – т.е. общият резултат е по – голям от сумата на резултатите на отделните участници, ако те действат изолирано.

От гледна точка на профила на обединяващите се предприятия, Съществуват два основни типа клъстери:

- *Хоризонтални клъстери* – те включват фирми, които споделят общ пазар за крайната продукция, или използват обща технология, или умения на работната сила, или изискват сходни природни ресурси. Целите на това обединение са: разширяване на пазарната област; ограничаване на конкуренцията; намаляване на разходите и увеличаване на рентабилността.

- *Вертикални клъстери* – те включва фирми, свързани помежду си с връзки на покупко-продажба и образуващи снабдителска верига (supply chain). При тях целта е осигуряване на по-директна връзка производител – потребител. По този начин се ограничават загубите от междинните звена в търговията и се осигуряват източниците за доставка и пласментната система (Gospodinova, 2019).

## **2. Анализ на дейностите по производство на зърнени храни**

Зърнените храни представляват зрелите семена или плодове на бобовите, житните и маслодайните растения. По строеж те се разделят на две големи групи (Кожухаров, 2006): едноседелни – включващи всички житни култури (пшеница, ръж, ечемик, ориз, царевича) и двуседелни – включващи бобовите култури (фасул, грах, бакла, леща, соя).

### **2.1. Анализ на дейностите по производство на слънчоглед**

Отглеждането на слънчогледа е свързано със спазването на редица изисквания по-основните от тях са (Василев, 2006):

*Спазване на основните биологични изисквания*, които са свързани с изисквания към: топлина, светлината, влага и почва.

*Спазване на изискванията за избор на поле при отглеждане на слънчогледа*

При избора на поле следва да се изхожда от изискванията на културата към предшественика и необходимостта от спазване на фитосанитарни мерки.

### ***Изисквания към обработката на почвата***

Системата включва основна, предсеитбени и вегетационни обработки на почвата. Слънчогледът най-често се отглежда след зърнено-житни със слята повърхност (Захаринов, 2014).

### ***Изисквания свързани с торенето***

Реакцията на слънчогледа към минерално торене е значително по-добра, отколкото към торене с оборски тор. Торене се извършва с:

- *Азот* - При оптимално торене на културите в сеитбообращението, слънчогледът реагира слабо на азотно торене и задоволява до голяма степен своите нужди от акумулацията на азот в по-дълбоките почвени слоеве.
- *Фосфор* - Реакцията на слънчогледа към торене с фосфор е много добра и се проявява в увеличаване на добива и подобряване на качеството му. Внасянето на фосфора става преди основната оран, а оптималната норма е 8– 12 kg на декар  $P_2O_5$ .
- *Калий* - Счита се, че почвите в България са добре запасени с този макроелемент и, с малки изключения, не се налага калиево торене.
- *Листни торове* - Високопродуктивните посеви от слънчоглед реагират положително на широка гама листни торове, които следва да се внасят през периода бутонизация – цъфтеж.

### ***Изисквания свързани със сеитбата***

Изискванията към сеитбата включват:

- Избор и подготовка на семената - За сеитба се препоръчва използването на качествен посевен материал от хетерозисни хибриди. Семената следва да са произведени от специализиран семепроизводител, да са изравнени във фракция и да са преминали контрол на Семеконтролна инспекция, което се удостоверява със свидетелство.
- Срок за сеитба - Оптималният срок за сеитба на слънчоглед в Южна България е 25 март – 10 април, а в Северна България е 5– 20 април.
- Начин на сеитба - Културата се засява на редове, с междуредово разстояние 70 cm. Оптималната гъстота на посева е 5500 растения на декар за масления слънчоглед и 3500 – 4000 раст. на декар за слънчогледа за семки.

### ***Изисквания свързани с растителната защита***

- Борба с плевелите - Спазването на сеитбооборота и правилната обработка на почвата е основен фактор за контрол върху заплевеляването. Борбата може да се води в две направления: химическата борба с плевелите и механична борба с плевелите (чрез обработка на почвата).

Борба с болестите - Основният начин за най-опасните болести е агротехническият – спазване на правилен сеитбооборот.

Борба с неприятелите - Слънчогледът се напада от множество вредители, но от най-голяма важност са хоботниците, появяващи се към поникване на културата. Борбата с тях се извежда чрез третиране на семената с инсектицид или площно третиране на посева.

### ***Изисквания свързани с етапите вегетация и прибиране включват:***

борба с почвената кора; грижи за опрашването; поливане; прибиране; съхранение на семената.

## **2.2. Анализ на дейностите по производство на пшеница**

Отглеждането на пшеницата е свързано със спазването на редица изисквания. Основните от тях са:

### ***Изисквания към обработката на почвата***

Изораването на почвата се извършва с обръщателен плуг. След тази операция в зависимост от метеорологичните условия (най-вече от влагата), веднага или след определен период от време се извършва операцията дисковане с дискова брана. С цел по-добро разрохване на почвата във фирмата се извършва двойно дисковане

### ***Изисквания свързани с торенето***

Едновременно със засаждането се извършва и торене, като се внасят в почвата по 20 кг. на декар NPK. В края на зимата, началото на пролетта, когато температурите започват да се повишават, при пшеницата започва преход към възобновяване на вегетацията. В този период се извършва подхранване с азот в количества от 20 - 30 кг на декар.

### ***Изисквания свързани със сеитбата***

Сеитбата се извършва след дисковането. Извършва се с дискова сеялка. Този вид сеялка е най-подходяща за региона в който извършва дейността си фирмата – обработва се камениста и песъкливата почва. Засяването извършваме в норма от 25 до 29 кг. на декар, изчистено и обезпаразитено семе. Засаждат се българските сортове - Енола и Вяра. Засаждането се извършва в периода от 01.10 до 30.10. След засаждането задължително се извършва валиране на почвата, с цел по-добро уплътняване. Валира се с чугунени валици, три секции по 2 метра, разположени пирамидално.

### ***Изисквания свързани с растителната защита***

При отглеждането на пшеницата през месец април се извършва пръскане за плевели с препарата – Секатор. В зависимост от метеорологичните условия, ако се наложи може да се извърши и пръскане за болести.

### ***Изисквания свързани с етапа прибиране***

Жътвата на пшеницата във фирмата се извършва, като се използва услугата на комбайн КЛАС. Ожънатото зърно се извозва с камион до изградените за тази цел халеа.

## **3. Възможности за оптимизиране на дейностите по производство на зърнени храни**

Опазването на почвата и застрашаващите размери на нейното увреждане насочиха вниманието на учените към разработване, а на селскостопанските производители към внедряване на разработени нови екологични техники и технологии (Alexieva-Nikolova, Valeva, 2021). В България от няколко години също се заговори за почвоопазващи техники и технологии, които помогнат на земеделците да продължават да получават добри добиви, но да не вредят на основният ресурс за земеделието – земята.

Един от начините за оптимизиране на дейностите по производство на зърнени храни и опазването на почвата е въвеждането на No-till технологията.

Най-често използваните определения за No-till технологията са: безоранна технология; директна сеитба; нулева обработка на почвата; ресурсоспестяващо земеделие; регенеративно земеделие; консервационно земеделие.

Най-точно определение за разглежданата технология дава Световната организация по прехрана и земеделие (ФАО). Тя определя No-Till технологията като консервационно земеделие, като подход за управление на агро и екосистемите за подобряване на

устойчивата производителност, повишена печалба и продоволствена сигурност, като същевременно се запазва и подобрява ресурсната база и околната среда.

Основните принципи с които се характеризира No-Till технологията са:

- минимално механично обезпокояване на почвата;
- постоянно покритие на почвата с органична материя;
- диверсификация на културите, отглеждани последователно и/или в асоциация.

Като предимство на No-Till технологията може да се посочи, че:

- No-Till полетата служат като депо за въглероден диоксид (CO<sub>2</sub>) и консервационното земеделие, прилагано в световен мащаб би могло да доведе до значителен принос за контрола на замърсяването на въздуха като цяло и в частност за глобалното затопляне.
- No-Till полетата имат много висок капацитет за инфилтриране на водата. Намалявайки повърхностното оттичане на водата, значително се намалява ерозията на почвата.

За да е ползотворно използването на No-Till технологията, задължително трябва да се спазват посочените пет основни принципа, върху които се гради разглежданата технология (Agri,2017): живи корени възможно най-дълго време; минимално почвено обезпокояване; спазване на сеитбооборот; почва; покрита с растителни остатъци и микс от покривни култури.

No-Till е технологията на природата тъй-като при прилагането и почвата е покрита с растителни остатъци. Това предпазва почвата от слънцето, от водна и ветрова ерозия, от образуване на почвена кора, от затлачване, с което се подобрява влагозапасяването. Влагата е едно от най-важните неща, защото всъщност е добив. По този начин се подсигурява и храна за земните червеи.

Важна част от прилагането на No-Till е технологията е избора на подходяща селяка. Тя трябва да безпокои колкото се може по-малко почвата, защото по този начин се оставят растителните остатъци отгоре и червеите имат храна. Каналите, които са образувани от червеите инфилтрират по-лесно водата, изпращат я на по-дълбоко.

Спазването на сеитбооборота при No-Till технологията е свързано с редуването на микс от покривни култури. Разнообразието от растения е разнообразие от коренови системи. Почвата и биологията в нея има нужда от тези различни корени, защото чрез тях се хранят различни групи микроорганизми.

Изборът на покривни култури се определя от 4 основни фактора (No-Till технология): Каква е ожънатата култура?; Кога ще се извърши сеитбата?; Как ще се избере да се унищожи покривната култура?; Каква ще бъде следващата култура?

Основните фактори, от които зависи печалбата на фермера са: разходите за производство, цена на материалите, изкупните цени на продукцията, климата, влагата на почвата и плодородието на почвата.

При конвенционалното земеделие можем да влияем на разхода за производство, като само 16,6 % от факторите зависят от фермера, докато при консервационното земеделие може да се влияе върху разхода за производство, плодородието на почвата и влагата – това са 50% от факторите, от които зависи печалбата на фермера (Agri, 2017).

#### **4. Възможности за оптимизиране на дейностите по реализация на зърнени храни**

Оптимизиране на дейностите по реализация на произведените във фирмата зърнени храни може да се осъществи чрез изграждането на клъстерна структура включваща създаване на собствена ферма за добив на месо. Тя може да бъде изградена в два варианта. И в двата варианта отглеждането ще се осъществява пасищно.

*Първият вариант включва:*

- Закупуване от развъдник на телета с тегло около 100 кг. За целта може да се използва развъдник в Ловешка област. Цена на килограм живо тегло е 8 лв.
- Угояване на закупените от развъдника телета до около 350 кг.
- Продажба на угоените животни. Продажна цена на килограм живо тегло 6 лв.

*Вторият вариант включва:*

- отглеждане на месодайни породи крави – около 120 броя;
- производство на телета от отглежданите крави;
- добитите телета остават с майките до 6, 7 месеца;
- отделяне на бичетата от останалите животни за угояване;
- женските животни остават с определен брой разплодни бичета /порода Херефорд/ за производство на телета.

При изграждането на ферма трябва да бъдат подбрана внимателно породата на животните с оглед на техните качества, наличие на мазнини, склонност към заболявания и издръжливост на различни метеорологически условия. Най – предпочитаните породи в Европа са следните (Кайтазов, 1999):

Английски породи за месо. Оригиналният тип на тези породи е класическия за типа за месо - широко, дълбоко и относително по-късо тяло, сравнително къси крака и бъчвообразен гръден кош. Повечето от представителите на Английските породи за месо са дребни, до средно едри на височина и с по-ниска жива маса.

- Херефорд. Тя е най-многочислената и най-разпространена порода за месо в света. Породата Херефорд е създадена в Югозападната част на Англия, графство Херефорд.

Първата племенна книга на породата е заведена през 1878 год.

- Абердин Ангус. Това е също стара Английска порода за месо, създадена в Североизточна Шотландия, графствата Абердин и Ангус Първият том на книга за племенните животни е издадена през 1862 г. в Шотландия. Абердин Ангусът е с много добре изразени месни форми с широко и дълбоко тяло.

Френски породи говеда за месо. Общото при породите за месо с произход от Франция е, че те са по-къснозрели, с по-голям ръст и жива маса и висока растежна способност. Подходящи са за интензивно угояване.

- Шароле - Породата е създадена в централна Франция, с развъден център областта Шароле. Първата племенна книга на породата е заведена през 1864 год. Телетата имат висока растежна способност. Характерно за породата е, че животните имат висок прираст до по-късна възраст, без да натрупват много тлъстини.

- Лимузин. Това е втората по разпространение порода за месо във Франция. Оригиналният развъден район на породата е Югоизточна Франция, около град Лимож. Първата племенна книга на породата е заведена през 1886 год. Месото е с добра мраморираност и високо качество. Кланичният рандеман е 65-68%.

И в двата варианта отглеждането ще се осъществява пасищно чрез заграждане на полета с електропастир и на закрито в зависимост от годишните времена.

Изграждането на собствена ферма би повлияло благоприятно върху дейността на фирмата в следните направления:

- Осигурява до голяма степен независимост при реализация на произведените зърнени храни, чрез осигуряване на директна връзка производител – потребител;
- Ограничаване на загубите от междинната търговия;
- Възможност за отглеждане на специални породи за добив на месо;
- Намалване на разходите по отглеждане на животните, което ще доведе до увеличаване на рентабилността на произведената продукция.



## Заклучение

Въз основа на извършения анализ се установява, че за оптимизиране на дейностите при производство на зърнени храни може да се приложи No-Till технологията. Приложението и ще доведе до:

Спестяване между 30 и 40% от времето, труда и горивата, които фермерите влагат за механичните обработки при конвенционалното земеделие, тъй-като обработката на почвата е сред селскостопанските операции, които са едни от най-енергоемките.

- Намаляване на повърхностното оттичане на водата, което значително намалява ерозията на почвата, тъй-като No-Till полетата имат много висок капацитет за инфилтриране на водата.

Покриването на почвата с растителни остатъци. Това предпазва почвата от слънцето, от водна и ветрова ерозия, от образуване на почвена кора, от затлачване, с което се подобрява влагозапасяването, което е едно от най-важните неща, защото влагата е добив.

Оптимизирането на дейностите по реализация на произведените във фирмата зърнени храни може да се осъществи чрез изграждането на клъстерна структура включваща създаване на собствена ферма за добив на месо. За изграждането и са предложени два варианта. И в двата варианта отглеждането ще се осъществява пасищно.

Първият вариант включва:

- Закупуване от развъдник на телета с тегло около 100 кг.

- Угояване на закупените от развъдника телета до около 350 кг.

- Продажба на угоените животни

- Вторият вариант включва:

- Отглеждане на месодайни породи крави;

- Производство на телета от отглежданите крави;

- Отделяне на бичетата от останалите животни за угояване;

- Женските животни остават с определен брой разплодни бичета за производство на телета.

## Използвана литература

1. Василев, А. (2006). Отглеждане на земеделски култури, изд. "Дионис"
2. Захаринов, Б., Я. Найденов. (2014). Рекултивация и методи за изследване на почвата, изд. „НБУ“
3. Кайтазов, Г. (1999). Общо животновъдство, изд. "Дионис"
4. Кожухаров, Хр. (2006). Стокознание, София: УИ „Стопанство“
5. Портър, М. (2010). Конкуренти стратегии, изд. „Класика и стил“
6. Alexieva-Nikolova, V., K. Valeva. (2021). Eco innovations - the foundation of sustainable regional bio-sector: *International Scientific Journal "Science. Business. Society"*, Issue 2, Issn (Print) - 2367-8380 Issn (Online) - 2534-8485, p.54-57
7. Gospodinova, A. (2019). Construction of an industrial cluster for production of high-oleic sunflower oil: *Съвременни парадигми в управлението в контекста на непрекъсната промяна*, ISBN 978-954-2940-22-7, p. 12-18
8. Какво е No-till технологията? - <https://agri.bg/novini/kakvo-e-no-till-tehnologiyata>

## Информация за контакт с автора:

гл. ас. д-р Ангелина Терзиева

кат. „Икономика и стопанско управление“

Химикотехнологичен и металургичен университет

E-mail: ani\_terzieva@abv.bg

# ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ НАМЕРЕНИЯ НА СТУДЕНТИТЕ

гл. ас. д-р Моника Михайлова  
Икономически университет – Варна

## CHALLENGES TO STUDENTS' ENTREPRENEURIAL INTENTIONS

Chief Assist. Prof. Monika Mihaylova, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Докладът представя резултати от проведено емпирично изследване сред студенти от трети курс, специалност „Индустиален бизнес и предприемачество“, „Логистика“ и „Маркетинг“ към ИУ-Варна, насочено към установяване на предприемаческите намерения и идентифициране на основните предизвикателства пред осъществяване на предприемаческо поведение. Предприемаческите намерения на студентите и предизвикателствата пред предприемане на предприемаческо действие са установени въз основа на намеренията за осъществяване на разработен в курса на обучение бизнес проект. Етапите в процеса на разработване на проектите са заимствани от метода Design Thinking и се основават на процесния модел на динамичните способности – идентифициране/създаване на възможности, генериране на идеи, проектиране на решения за усвояването им, проследяване на процеса на развитие на идеята и трансформирането ѝ в реално бизнес решение.

**Ключови думи:** *предприемачество, бизнес, предприемачески намерения*  
**JEL Класификация:** *M2*

### Abstract

The report presents the results of an empirical study among students of the University of Economics - Varna majoring in "Industrial Business and Entrepreneurship", "Logistics" and "Marketing". The aim of the study is to establish entrepreneurial intentions and identify the main challenges to the implementation of entrepreneurial behaviour. The entrepreneurial intentions of the students and the challenges before undertaking an entrepreneurial action are established based on the intentions to implement a business project developed in the training course. The stages in the project development process are borrowed from the Design Thinking method and are based on the process model of dynamic capabilities – identifying/creating opportunities, generating ideas, designing solutions for their assimilation, tracking the process of idea development and its transformation in a real business solution.

**Keywords:** *entrepreneurship, business, entrepreneurial intentions*  
**JEL Classification:** *M2*

### Въведение

Целта на доклада е въз основа на емпирично изследване да се установят предприемаческите намерения на студентите и да се идентифицират основните предизвикателства пред осъществяване на предприемаческо поведение. За реализиране на посочената цел са формулирани следните основни задачи: 1) анализ и оценка на предприемаческите

намерения на студентите; 2) идентифициране на основните бариери пред осъществяване на предприемаческо поведение.

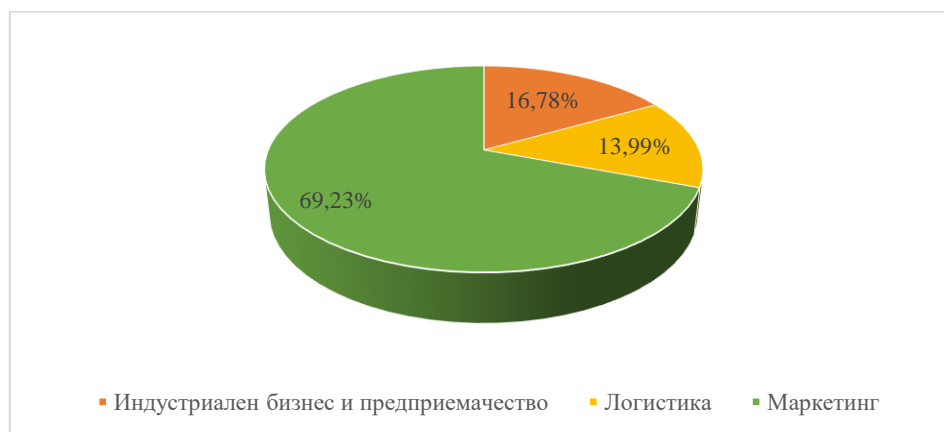
Представените данни са част от по-мащабно изследване на автора, посветено на възможностите за развитие на динамични способности на индивидуално равнище. Може да се твърди, че в значителна степен изследователският интерес е провокиран от резултатите от проучване на отношението към предприемачеството и нагласата за стартиране на собствен бизнес, проведено сред студентите от са „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна“, в което като основна пречка за 71,26% от студентите от ИУ-Варна пред реализацията на предприемаческо намерение, е посочена липсата на перспективна идея за собствен бизнес (Пантелеева, И. и колектив, 2021). Анализът на специализираната литература (Souitaris, V., Zerbinati, S., Al-Laham, A. (2007); Sieger, P., et.al. 2018) показва, че обучението има решаващо значение по отношение на формирането на предприемачески намерения и развитието и разгръщането на предприемаческия потенциал. „Курсовете по предприемачество дават необходимата увереност за започване на бизнес“ (Dyer, 1994). Според Krueger et al. (2000) предприемаческото поведение се оформя под влиянието на мотивационни фактори, социална среда и индивидуалните възприятия за притежаваните способности. Предприемаческите намерения се изграждат през целия жизнен път и са директно повлияни от фактори като увереност в притежаваните способности, нагласите относно предприемачеството на близкото обкръжение и мотивацията и измерването на възможностите. Изследванията на GEM (Andonova, V., Krusteff, M., 2017: с.47) показват, че „има силна положителна корелация между осъзнатите способности (умения и самоувереност) и предприемаческата активност в начална фаза, което потвърждава, че всички форми на образование са съществено важни за развиването на предприемачески компетенции“. Според Souitaris et al. (2007: р. 588) предприемаческите намерения се формират както въз основа на обучението по предприемачество (придобиване на знания, умения и компетенции за създаване и управление на собствен бизнес), така и въз основа на изграждането на индивидуалност (себеопределяне, самооценка, себеутвърждаване). Авторите (Souitaris et al., 2007: р.567) акцентират върху влиянието на емоциите при формиране на предприемачески нагласи и намерения. „Посредством обучението, може да се въздейства върху нагласите, чрез тях върху намеренията и като резултат, да се създават предпоставки за по-успешна реализация на предприемачески инициативи в бъдеще“ (Петров, И., с. 95). Това определя значимостта на обучението при формиране не само на убеждението, че придобитите знания, умения и компетенции са предпоставка за успешна реализация, но най-вече на разбирането, че новаторското мислене, намиращо проекция в целенасочени действия, може не просто да подобри условията, а да предизвика положителни, дори радикални промени (Михайлова, 2021). Във връзка с това *обект* на изследване в настоящия доклад са студенти от трети курс, обучаващи се в редовна форма на образователно-квалификационна степен „бакалавър“, в три специалности към Икономически университет – Варна: „Индустиален бизнес и предприемачество“, „Логистика“ и „Маркетинг“. Предприемаческите намерения на студентите и предизвикателствата пред предприемане на предприемаческо действие, *предмет* на доклада, са установени въз основа на намеренията за осъществяване на разработен в курса на обучение бизнес проект. Етапите в процеса на разработване на проектите са заимствани от метода Design Thinking (подход към иновации с фокус върху потребителя, „интегриращ нуждите на хората, възможностите на технологиите и изискванията за успех на бизнеса“ (Brown, T.)) и се основават на процесния модел на динамичните способности (усещане, усвояване, трансформиране (Теесе, 2018)) – идентифициране/създаване на възможности, генериране на идеи, проектиране на решения за усвояването им, проследяване на процеса на развитие на идеята и трансформирането ѝ в реално бизнес решение.

За целите на изследването е проектиран изследователски инструментариум за набиране на първична информация. Данните са събрани чрез допитване посредством онлайн персонална анкета. Единици на изследването са участниците в практически курс за разработване на новаторско бизнес решение. Респондентите са разпределени на проектен принцип в 54 екипа. Включени са 143 лица, обособени в три групи в зависимост от изучаваната специалност: "Индустриален бизнес и предприемачество", "Логистика", "Маркетинг". Изследването е проведено в периода 12.2021-05.2023 година (2021-2022 уч. година и 2022-2023 уч. година) посредством система за проучвания „LimeSurvey”, обработката на резултатите е извършена чрез Microsoft Excel. Изследването се осъществява в два аспекта:

1. Предприемачески намерения на студентите за реализиране на предприемаческо поведение. Намеренията за осъществяване на предприемаческо поведение се определят на база вероятността за стартиране на разработените в рамките на курса на обучение проекти. Направена е оценка в две ситуации: „Предприемане на стъпки за изпълнение на проекта до 1,5 година“ и „Участие в реализацията на проекта с външна помощ“.

2. Идентифициране на основните предизвикателства пред предприемаческите намерения. Необходимо е да се отбележи, че идентифицираните пречки пред осъществяването на предприемаческо намерение се отнасят към предприемане на действие в рамките на следващата година и половина (самостоятелно или с външна помощ) за реализиране на конкретни проекти, т.е. факторите се отнасят до конкретен проект, стартирането, на който е времево лимитирано.

Структурно разпределение на респондентите според изучаваната специалност е представено на фигура 1.

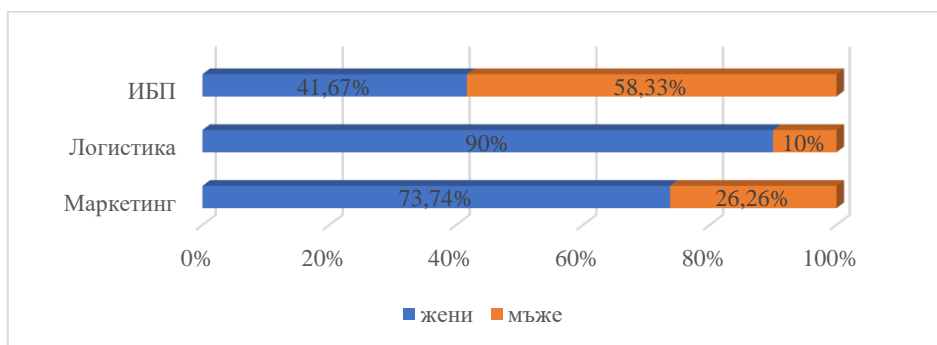


**Фигура 1. Разпределение на студентите според специалността, в която се обучават**

Анкетното проучване е проведено сред студенти от трети курс, обучаващи се в редовна форма на образователно-квалификационна степен „бакалавър“, в три специалности към Икономически университет – Варна: „Индустриален бизнес и предприемачество“, „Логистика“ и „Маркетинг“. Общо анкетирани са 143 лица, от които 16,78% (24 души) обучавани в специалност „Индустриален бизнес и предприемачество“, 13,99% (20 души) – в специалност „Логистика“ и 69,23% (99 души) – в специалност „Маркетинг“.

Структурата на респондентите по признака пол (фигура 2) показва превес на жените (101 или 70,63% от анкетираните) спрямо мъжете (42 или 29,37% от анкетираните лица). Изключение прави специалност „Индустриален бизнес и предприемачество“, в която и съотношението мъже-жени на анкетираните е най-балансирано, съответно 58,33% мъже и 41,67% жени. В специалност „Логистика“ се наблюдава преобладаващ

дял на жените – 90% от анкетираните. В специалност „Маркетинг“ отново делът на жените е по-голям спрямо този на мъжете – 73,74% жени и 26,26% мъже.



**Фигура 2. Разпределение на респондентите по пол и изучавана специалност**

В таблица 1 са представени данни относно предприемаческите намерения на респондентите в зависимост от пола. Предприемаческите намерения на студентите за осъществяване на предприемаческо поведение се изследват в 2 аспекта: 1) предприемане на стъпки за реализиране на разработения проект в рамките на следващите 18 месеца; 2) участие в реализацията на проекта с чужда помощ, т.е. при първия аспект се оценява вероятността за самостоятелно осъществяване на намерението по време на следването или непосредствено след придобиване на бакалавърска степен, докато при втория аспект инициативата, отговорността, рискът, финансирането и други влияещи фактори се прехвърлят или споделят с друг.

**Таблица 1**

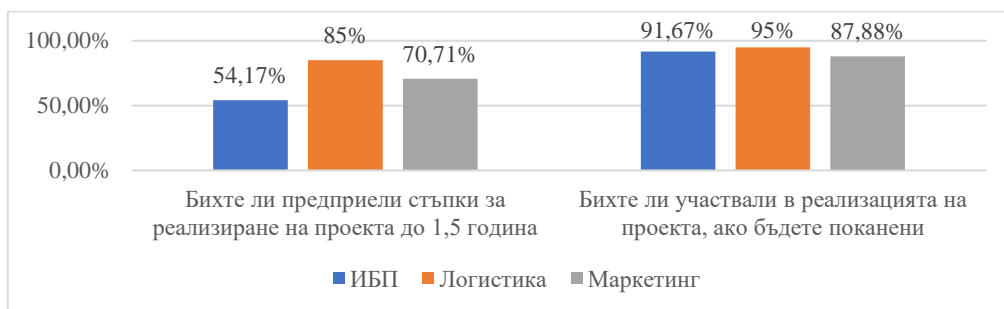
**Предприемачески намерения на студентите за осъществяване на предприемаческо поведение**

Предприемачески намерения	жени		мъже		общо	
	брой	%	брой	%	брой	%
Бихте ли предприели стъпки за реализиране на проекта до 1,5 година	73	72,28%	27	64,29%	100	69,93%
Бихте ли участвали в реализацията на проекта с външна помощ	91	90,10%	37	88,10%	128	89,51%

Данните показват, че 69,93% от анкетираните студенти биха предприели стъпки за реализиране на проекта до 18 месеца, а 89,51% биха участвали в реализацията му с външна помощ. И по двата показателя делът на жените е по-голям от този на мъжете. 72,28% от анкетираните жени считат, че биха предприели стъпки за реализиране на проекта до 1,5 година, докато делът на анкетираните мъже, оценяващ положително тази възможност, е 69,93%. Желание за участие в реализацията на проекта с външна помощ са отчетели 90,1% от жените и 88,1% от мъжете. Анализът на данните показва, че само 8,39% (12 лица) не биха предприели стъпки за осъществяване на разработените проекти в следващите 18 месеца (самостоятелно или с външна помощ). Разбира се, трябва да се отчете обстоятелството, че отговорите на респондентите са повлияни от допълнителни фактори с краткосрочно положително въздействие върху намеренията. Интересен факт е, че 73% от жените предприемачи в България са с висше образование (Златева, М., Вълчинов, В., 2018: с. 27), но жените предприемачи съставляват едва 8% от трудоспособното население

и само 26,5% от ръководителите на големи компании (Global Gender Gap Report, 2021). Резултатите от настоящото проучване показват, че преобладаващ дял от жените е с положително отношение към възможността за реализиране на предприемаческа инициатива в следващите 18 месеца (72,28% от анкетираните жени). Това дава основание за оптимистични очаквания за повишаване на дела на жените предприемачи в дългосрочна перспектива.

Забелязват се някои различия в предприемаческите намерения на студентите в зависимост от изучаваната специалност (фигура 3).



**Фигура 3. Предприемачески намерения на студентите според изучаваната специалност**

Най-скептично настроени към възможността за реализация на проекта в рамките на 18 месеца са студентите от специалност „ИБП“. Въпреки това над половината от анкетираните оценяват положително тази възможност – 54,17% (40% от жените и 69,29% от мъжете). Най-висок е дялът на студентите от специалност „Логистика“, които биха предприели стъпки за реализиране на проекта до 1,5 год – 85% (83,33% от жените и 100% от мъжете). 70,71% (73,97% от жените и 61,54% от мъжете) от респондентите от специалност „Маркетинг“ оценяват положително възможността за осъществяване на своите проекти.

Възможността да се включат в реализацията на проектите, ако бъдат инициирани от друг е оценена положително от респондентите и от трите специалности: ИБП – 91,67%, „Логистика“, – 95%, „Маркетинг“ – 87,99%. Най-голям ръст в предприемаческите намерения се наблюдава при студентите от специалност „ИБП“ – 68,56%. За анкетираните студенти от специалност „Логистика“ ръстът е с 11,76%, а за респондентите от специалност „Маркетинг“ – 24,28%.

Разкриването на възможности за повишаване на предприемаческите намерения на студентите изисква идентифициране на основните предизвикателства, възпрепятстващи осъществяване на предприемачески инициативи (фигура 4).



**Фигура 4. Пречки пред реализацията на предприемаческо намерение**

Анализът на данните показва, че най-съществена пречка пред реализирането на работните бизнес проекти, според анкетираните студенти, е недостигът на финансови средства – 43,36%. Следващото по значимост предизвикателство, пред което са изправени, е липсата на достатъчно знания и умения – 18,18%. Поемането на риск и липсата на достатъчно време са възпиращи фактори за 9,09% и 8,39% от респондентите. Липсата на мотивация е посочена от 4,2%. Останалите фактори, които оказват негативно влияние върху предприемаческите намерения на студентите са: липса на съмишленици (2,1%), липса на опит (1,4%), административни пречки (1,4%) и висока конкуренция (1,4%).

**Таблица 2**

**Пречки пред реализацията на предприемаческо намерение според изучаваната специалност**

Пречки	ИБП			логистика			маркетинг		
	жени	мъже	Общо	жени	мъже	Общо	жени	мъже	Общо
Недостиг на финансови средства	20,00%	35,71%	29,17%	50,00%	100,00%	55,00%	49,32%	30,77%	44,44%
Голям риск	0,00%	7,14%	4,17%	11,11%	0,00%	10,00%	13,70%	0,00%	10,10%
Висока конкуренция	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	5,00%	1,37%	0,00%	1,01%
Липса на достатъчно знания и умения	0,00%	14,29%	8,33%	5,56%	0,00%	5,00%	23,29%	23,08%	23,23%
Липса на време	0,00%	7,14%	4,17%	11,11%	0,00%	10,00%	9,59%	7,69%	9,09%
Липса на опит	0,00%	7,14%	4,17%	0,00%	0,00%	0,00%	1,37%	0,00%	1,01%
Административни пречки	0,00%	0,00%	0,00%	5,56%	0,00%	5,00%	0,00%	3,85%	1,01%
Липса на мотивация	0,00%	14,29%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	4,11%	3,85%	4,04%
Съмишленици	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,74%	3,85%	3,03%
Не вярвам в идеята	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,37%	0,00%	1,01%

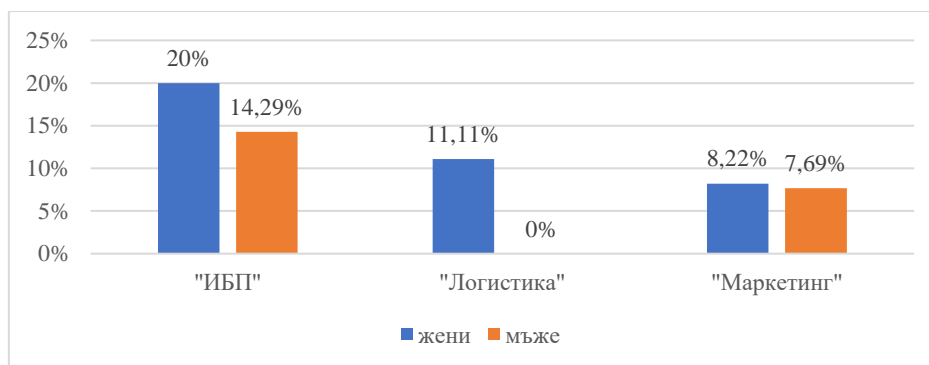
На ниво изучавана специалност се наблюдават някои различия между отговорите на респондентите относно бариерите пред реализация на предприемаческо намерение (таблица 2). Недостигът на финансови средства е водещ възпрепятстващ фактор и за трите специалности (ИБП – 29,17%, Логистика – 55%, Маркетинг – 44,44%).

Следващите по значимост пречки пред студентите от специалност „ИБП“ са „Липса на достатъчно знания и умения“ и „Липса на мотивация“ – 8,33%. Внимание заслужава фактът, че според 16,67% от анкетираните студенти от специалност „ИБП“ не съществуват пречки пред реализацията на проекта. Според анкетираните жени от тази специалност основно и единствено предизвикателство се явява набавянето на достатъчно финансови средства – 20%. Като най-значими пречки мъжете от специалност „ИБП“ оценяват: недостиг на финансови средства (35,71%), липса на достатъчно знания и умения (7,14%) и липсата на мотивация (7,14%).

Студентите от специалност „Логистика“ приоритетно оценяват „Високия риск“ и „Липсата на достатъчно време“ – 10% от анкетираните. В зависимост от пола най-значимите възпрепятстващи фактори за жените от тази специалност са: недостиг на финансови

средства (50%), висок риск (11,11%) и липса на време (11,11%), а при мъжете са: недостиг на финансови средства (100%) и висока конкуренция (50%).

За студентите от специалност „Маркетинг“ „Липсата на достатъчно знания и умения“ за реализиране на проектите е вторият възпиращ фактор – 23,23%, следван от твърде високия риск – 10,1%. Основните пречки пред жените от тази специалност са: недостиг на финансови средства (49,32%), липса на достатъчно знания и умения (23,29%) и висок риск (13,7%). Според анкетираните мъже от специалност маркетинг основните предизвикателства пред реализацията на предприемаческо намерение намират израз в недостиг на финансови средства (30,77%), липса на достатъчно знания и умения (23,08%) и липса на време (7,79%).



**Фигура 5. Разпределение на респондентите в зависимост от изучаваната специалност, според които не съществуват значими пречки пред реализацията на проектите**

Положителна е констатацията на 9,79% от анкетираните студенти, че не съществуват значими пречки пред реализацията на проекта. Въпреки че делът на студентите от специалност „ИБП“, които биха предприели стъпки за осъществяване на своите проекти е най-нисък (54,17%), според 16,67% (20% от жените и 14,29% от мъжете) от тях не съществуват значими бариери пред реализацията на предприемаческо поведение. В специалност „Логистика“ липса на пречки са отчетели 10% (11,11% от жените и 0% от мъжете), а в специалност „Маркетинг“ – 8,08% (8,22% от жените и 7,69% от мъжете) (фигура 5). Във връзка с това е необходимо да се отбележи, че по 3,7% от разработените проекти са предприети действия по осъществяването им още към момента на попълване на анкетната карта.

### **Заклучение**

Настоящият доклад е посветен на предприемаческите намерения на студентите и предизвикателствата пред реализацията на предприемачески инициативи. Във връзка с това:

1) Представени са резултатите от проведено емпирично изследване за установяване на предприемаческите намерения на студентите за осъществяване на конкретен бизнес проект. Направен е анализ в два разреза: 1) в зависимост от изучаваната специалност и 2) според пола на респондентите в две направления: 1) предприемане на стъпки за реализация на проекта в следващите 18 месеца и 2) готовност за участие в реализацията на проекта с външна помощ. Резултатите от представеното емпирично изследване показват положително отношение на близо 70% от анкетираните студенти към възможността за стартиране на процеса по осъществяване на разработените по време на обучението



бизнес проекти като се наблюдават някои различия в зависимост от пола и изучаваната специалност.

2) Идентифицирани са основните предизвикателства, възпрепятстващи осъществяването на предприемаческите намерения на студентите. Анализът на резултатите показва, че като най-значими се открояват недостигът на финансови средства, липсата на достатъчно знания и умения и високият риск. Считаме, че идентифицирането на основните пречки пред осъществяването на предприемаческо намерение дават добра основа за разработване и възприемане на практики за целенасоченото им преодоляване.

### Използвана литература

1. Andonova, V., Krusteff, M. (2017). 2016/17 Global Entrepreneurship Monitor national report on entrepreneurship in Bulgaria. Global Entrepreneurship Monitor Bulgaria Association.
2. Brown, T., executive chair of IDEO, Design thinking defined. достъпен: <https://design-thinking.ideo.com>
3. Dyer Jr., G.W., (1994), Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice* 19 (2), 7–21.
4. World Economic Forum, (2021), *Global Gender Gap Report* [online]. [24.08.2021]. Достъпен: <https://www.weforum.org/reports/>
5. Krueger Jr, N.F., Reilly, M.D. and Carsrud, A.L. (2000) Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
6. Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., Brown, L., (2018). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen.
7. Souitaris, V., Zerbinati, S., Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
8. Teece, D., 2018, Business models and dynamic capabilities, *Long Range Planning*, 51 (2018) 40-49
9. Златева, М., Вълчинов, В., 2018, Проучване на състоянието на подкрепата на предприемачеството сред младите жени в България, Регионална агенция за предприемачество и иновации – Варна. [online]. [24.08.2021]. Достъпен: [https://www.rapiv.org/files/BULGARIA%20SoC\\_Bulgarian.pdf](https://www.rapiv.org/files/BULGARIA%20SoC_Bulgarian.pdf)
10. Михайлова, М., (2021) Развитие на предприемаческия потенциал в процеса на обучение в дигиталния свят. Сборник с доклади, Варна: Наука и икономика, 58-65
11. Пантелеева, И., Варамезов, Л., Найденов, С., Иванов, Й., Николов, Е., Станев, Я., Иванов, И., Биолчева, П., Калпачев, С., Костов, И., Боев, Б., Сабри, А., 2021. "Изследване На Отношението Към Предприемачеството И Нагласата За Стартиране На Собствен Бизнес На Студентите От Са „Д. А. Ценов” - Свищов, Унсс - София И Иу - Варна," *Scientific Research Almanac, D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria*, vol. 29(1 Year 20), pages 48-81.
12. Петров, И., *Предприемачески нагласи и намерения на завършилите логистични специалности в Икономически университет - Варна* : [Електронен ресурс], Логистиката в условията на криза: предизвикателства и решения : Сборник с доклади : Кръгла маса, по повод на 15 годишнината от създаването на специалност „Логистика“ в Икономически университет - Варна, 28 октомври 2022, Варна, Варна : Наука и икономика, 2022, 95-105., ISBN(онлайн) 978-954-21-1128-3

**Информация за контакт с автора:**

*гл. ас. д-р Моника Михайлова*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустриален бизнес и логистика“*

*E-mail: [mihaylova@ie-varna.bg](mailto:mihaylova@ie-varna.bg)*

# TRENDS IN THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TRANSITION TO INDUSTRY 5.0

Chief Assist. Prof. Katina Valeva, PhD<sup>1</sup>, Prof. Valentina Nikolova-Alexieva, PhD<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Faculty of Economics, Department of Industrial Business and Entrepreneurship, University of Food Technologies, 26 “Maritza” Bld, 4000 Plovdiv, Bulgaria

## Abstract

The rapid development and implementation of digital technologies, at the global and European level, has become a strategic priority for achieving the goals of sustainable development of modern society. Expectations from the accelerated implementation of new generations of digital technologies are related to achieving a competitive, carbon-neutral and green economy. Artificial intelligence is considered as part of the technological toolkit of Industry 4.0, having the strongest transformative effect in modern society and a strategic factor for economic growth. The purpose of this report is to present the degree of application and spread of artificial intelligence among industrial enterprises in EU Bulgaria. The subject of the present study is artificial intelligence and trends for its application in the Conditions of Industry 5.0. The results show that AI is perceived as the instrument that has the strongest transformative effect in modern society and is seen as a strategic factor for economic growth. Its significant impact on the economy is associated with increased productivity, improved efficiency, creation and implementation of innovations.

**Keywords:** digital technologies, artificial intelligence, industrial growth, green economy, sustainable development

**JEL Classification:**

## Introduction

In August 2015 in New York, during the 70th UN General Assembly, the world leaders of 193 countries (193 UN members, two observer countries and 11 other countries) agreed to achieve a better future for all and adopt a new global framework for sustainable development, the 2030 Agenda, also known as Transforming the World. It reflects the first international consensus that peace, security, justice and social inclusion for all should not be separate goals, but mutually reinforcing. The program is accepted as defining sustainable development worldwide. The 17 Global Goals set in it with 169 specific sub-goals and tasks, and 238 indicators for their measurement, balance the integration of the three aspects of the concept of sustainable development — economic, social and ecological, and outline the way for the sustainable development of the Planet for the period up to 2030. The table 1 presents a comparison of the objectives in the previous program period 2000-2015 and the current period. The goals are universal, inclusive and apply to all countries around the world.

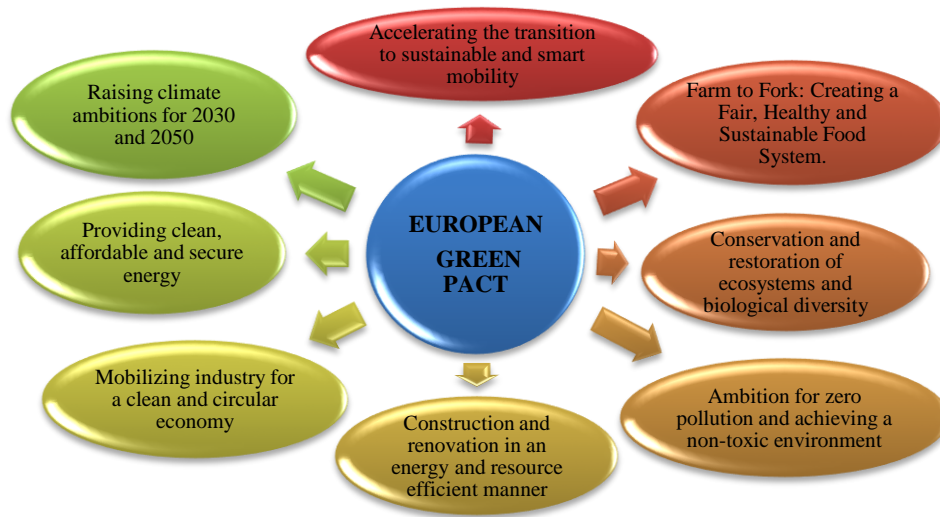
*Table 1*

**Comparison of the Sustainable Development Goals (2000-2015) and (2015-2030)**

	Objectives for SD (2000 – 2015)	Objectives for SD (2015 – 2030)
<b>Aims</b>	<b>8</b>	<b>17</b>
<b>Tasks</b>	<b>18</b>	<b>169</b>
<b>Indicators</b>	<b>48</b>	<b>238</b>

In support of the implementation of global goals for sustainable development and as the EU's response to the challenges of climate change and the environment, on 11.12.2019, the European Commission presented the European Green Deal, also known as the Green Deal, a year and half a year later, on 9 March 2021, the Commission announced the new Strategy for Europe's Digital Transformation to 2030, called the EU Digital Compass.

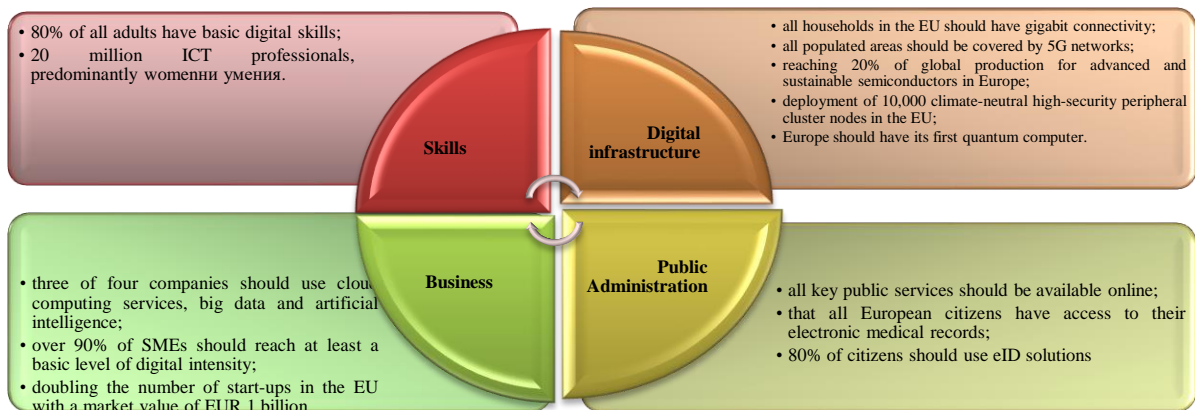
- ❖ **The European Green Deal** aims to transform the EU into a fair and prosperous society with a modern, resource-efficient and competitive economy in which there will be no net emissions of greenhouse gases in 2050 and economic growth does not depend on the use of resources. [1] The strategic elements of the European Green Deal are presented in fig. 1



**Fig. 1. Strategic elements of the European Green Pact**  
*Source: European Commission, European Green Deal, Brussels, 11.12.2019*

- ❖ **Europe's digital transformation strategy until 2030.** [4] The digital transformation strategy is based on four main pillars – skills, digital infrastructure, business and public administration. The expected results of the implementation of the strategy are summarized in fig. 2

❖



**Fig.2. Main elements and expected results of the EU digital transformation strategy**  
*Source: European Commission, COM (2021), Brussels, 9.3.2021, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML>*

To fulfill the goals in the digital transformation strategy, the development of technologies that led to the fourth industrial revolution in human history – Industry 4.0 – is relied upon. (Fig. 3) [3]



**Fig.3. Technological toolkit of Industry 4.0 [2]**

These include - technologies for the Internet of Things; big data processing technologies (Big Data); technologies for augmented and virtual reality; cyber security; cloud technologies; mobile technologies, blockchain technologies, 3D printing technologies; artificial intelligence.

### **Exposition**

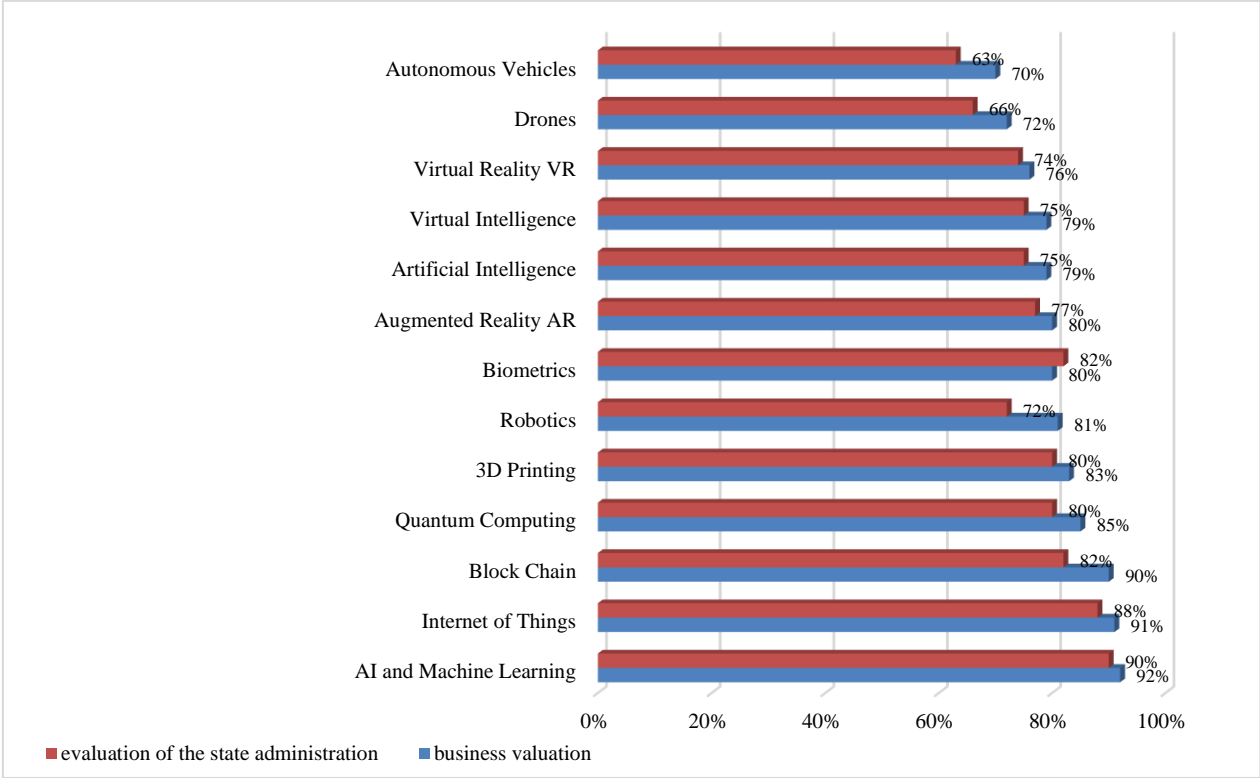
Artificial intelligence is a branch of computer science. It requires the development of computer programs to perform tasks that would otherwise require human effort and intelligence. [9] In general, AI provides the ability of a machine to imitate intelligent human behavior. [10] Artificial Intelligence applies advanced analytics and logic-based techniques, including machine learning, to interpret events, supporting the automation of decisions and action.” [12].

In the literature, there are various definitions related to the essence and meaning of the concept. Research done showed that the term was first mentioned by Professor John McCarthy in 1955. According to him, AI represents “the science and engineering of making intelligent machines” [12] In Oxford Dictionary of Phrase and Fable, the term is associated with „computer systems able to perform tasks normally requiring human intelligence, such as visual perception, speech recognition, decision-making, and translation between languages“. [13] Haenlein and Kaplan, define AI as "The ability of a system to correctly interpret external data, learn from such data, and use that knowledge to achieve specific goals and objectives through flexible adaptation". [14] In the European Commission's artificial intelligence strategy, the term is defined as “systems that exhibit intelligent behavior by analyzing their environment and taking action, with some degree of autonomy, to achieve specific goals. [15]

*A primary goal of artificial intelligence is to create technology that enables computers and machines to function intelligently. The common characteristic of all AI is simulating (or creating) intelligence. Companies use AI to predict customer behavior, design products and services according to end-user demand, analyze masses of data, generate real business ideas, or*

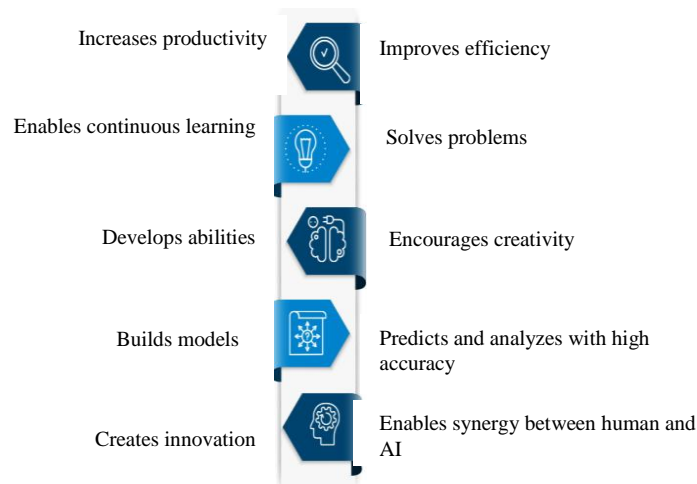
facilitate management decision-making. Artificial intelligence-based systems can be entirely software-oriented to the virtual world (eg voice assistants, image analysis software, search engines, voice and face recognition systems, etc.) but can also be implemented in hardware devices (e.g. advanced robots, autonomous cars, drones or IoT applications, etc.).

The results of a conducted survey related to the expectations of business and public administration for the technologies of Industry 4.0, which are going to have the strongest impact on their development in the next few years, are summarized in fig. 4.



**Fig. 4. Ranking of technologies with the strongest impact in the next decade**  
*Source: www.aesc.org*

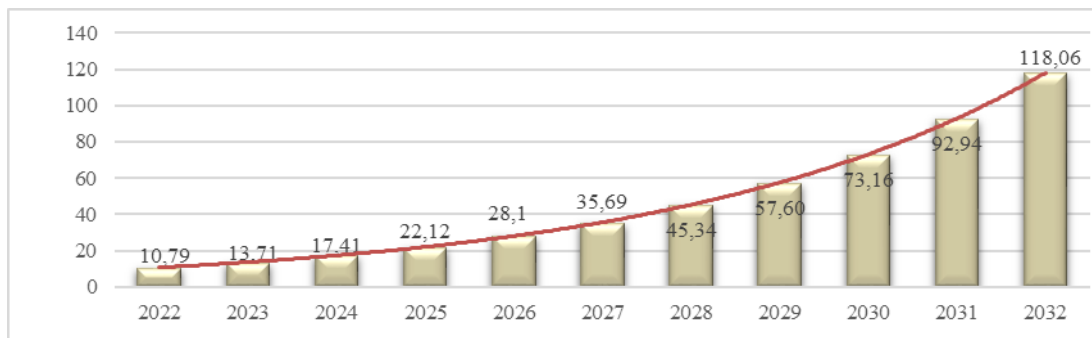
First among them is artificial intelligence. It is perceived as the instrument that has the strongest transformative effect in modern society and is seen as a strategic factor for economic growth. Its significant impact on the economy is associated with increased productivity, improved efficiency, creation and implementation of innovations. (fig. 5)



**Fig. 5. Impact of artificial intelligence on the economy**

AI has the ability to analyze large amounts of data, build models, predict and analyze with high accuracy, etc. It is expected to develop capabilities, foster creativity, enable interaction from the synergy between man and machine.

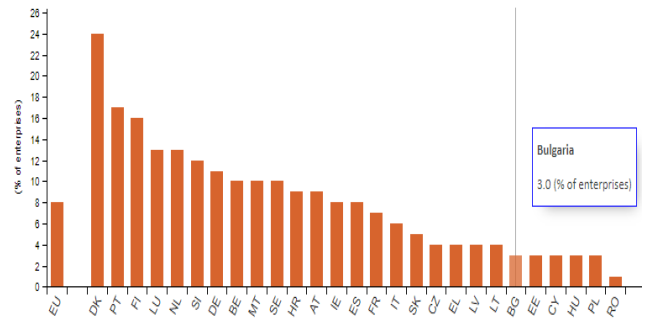
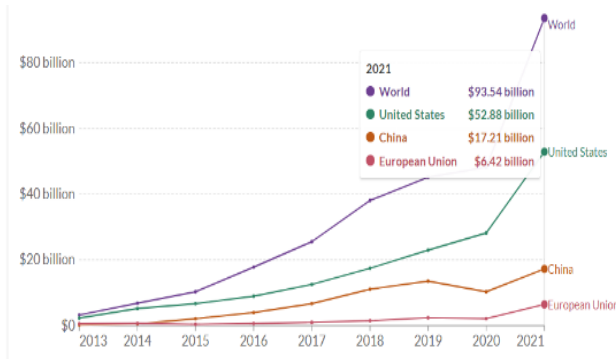
The global artificial intelligence market size in the past year 2022 is estimated to be USD 10.79 billion. Expectations show that it will reach US\$118.06 billion by 2032, with a sustained growth of 27.02% per year on average.



**Fig. 6. Global AI Market Forecast, Trillion \$**

*Source: <https://www.precedenceresearch.com/generative-ai-market>*

According to the latest data from Eurostat, [8] the European Union is significantly behind its competitors USA and China in terms of the volume of private investments in AI. (Fig.7) Only 8% of industrial enterprises across the EU have used AI technologies, with half of them purchasing it as off-the-shelf software. (fig.8) The data for Bulgaria show a significant lag behind the average European level. Only 3% of businesses are implementing AI technologies. [7]

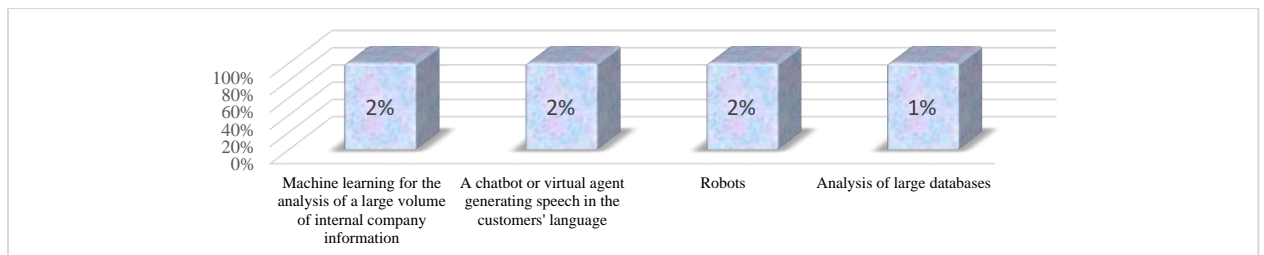


**Fig. 7. Private investment in AI, EU, US and China**

**Fig. 8. Application of AI in EU IP for 2021, in %**

Source: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use\\_of\\_artificial\\_intelligence\\_in\\_enterprises](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use_of_artificial_intelligence_in_enterprises)

In comparison, in 2020 (Fig. 9) 1% fewer businesses in the EU used AI applications. 2% of them used machine learning to analyze big data internally, 2% used a chat service where a chatbot or virtual agent generates natural language speech for customers, 2% used robots for services that are characterized by some degree of autonomy, and 1% analyzed large databases.

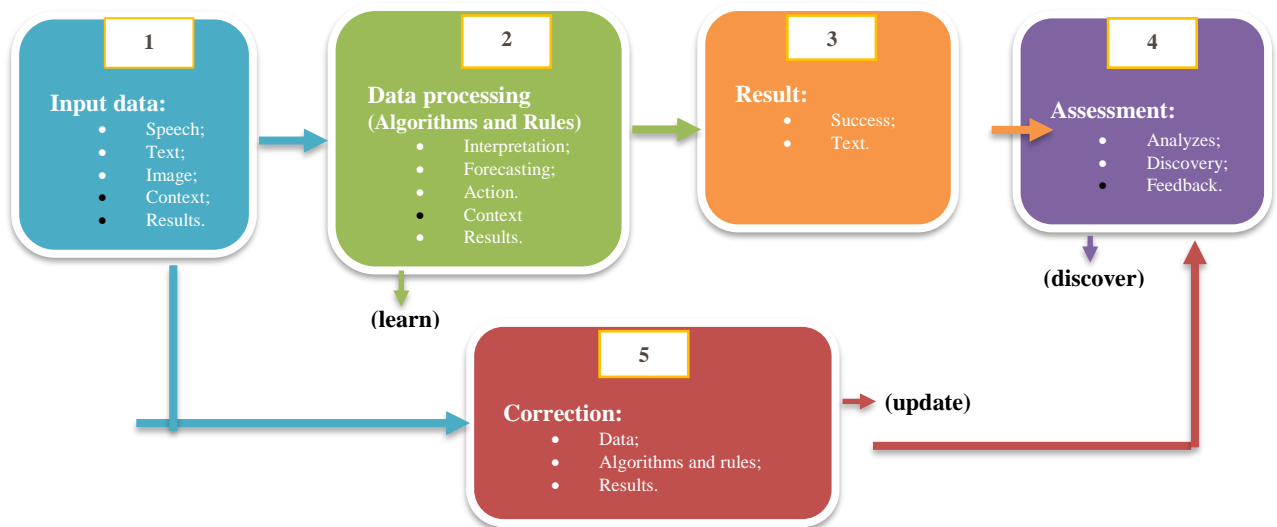


**Fig. 9. Enterprises using AI in the EU, 2020**

Artificial intelligence is an important part of realizing the digital transformation of European society. [3] Expectations from the development of the technologies applied in the development of artificial intelligence are related to the implementation of the Green Deal in Europe, the achievement of the sustainable development goals and the economic recovery from the crisis of the COVID-19 pandemic. [17]

Given that the main goal of artificial intelligence is to create technology that allows computers and machines to function intelligently, Fig. 10 presents a model of the stages for the operation of artificial intelligence systems containing five stages.





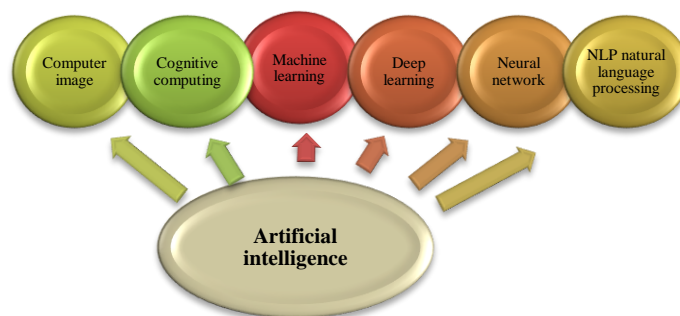
**Fig. 10. Model of stages for the operation of systems with artificial intelligence [16]**

*Source: <https://www.spiceworks.com/tech/artificial-intelligence/articles/what-is-ai/> ]*

1. The AI system accepts data input (in the form of speech, text, image, etc.)
2. The system processes data by applying various rules and algorithms, interprets, predicts and acts on the input data.
3. During processing, the system provides a result, i.e. success or failure when entering data.
4. The result is then evaluated through analysis, discovery and feedback.
5. Finally, the system uses its evaluations to adjust inputs, rules, algorithms, and guide outputs. This cycle *continues* until the desired result is achieved.

Among the main goals of the model are: solving problems and developing abilities; continuous training; promoting social intelligence; promotion of creativity and creativity; enable synergy between human and AI.

*The key tools that the AI-embedded system* relies on are presented in Fig. 11.



**Fig. 11. Basic tools of artificial intelligence [18]**

## Conclusion

Artificial intelligence is a technology of key importance for the future development of our society. It is increasingly used in various areas of social and economic life. Predictions that AI technologies will cause significant changes and a digital transformation of society make it a policy priority in the EU. Technologies that use artificial intelligence are embedded in the production and use of a number of products and services. The expectations related to the

development of artificial intelligence are related to the occurrence of changes in the development of jobs, business processes, finance, marketing and a number of sectors such as health care, agriculture, the field of security, etc.

### **Acknowledgments**

**Funding: The funding for this report comes from the project "TECHNOPOLIS UFT" - a center for qualitative scientific research in the field of academic entrepreneurship and green innovations to achieve high university competitiveness in the conditions of accelerated digitization" of the Scientific Research Fund of University of food technologies – Plovdiv**

### **References**

1. EC, COM(2019) EC, COM(2019 European Commission, European Green Deal, Brussels, 11.12.2019, [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en)
2. Valeva, K. T. Gigova; V. Nikolova-Alexieva, Software Systems and Technologies in The Conditions of Industry 4.0, Published in: 2021 International Conference Automatics and Informatics (ICAI), DOI: 10.1109/ICAI52893.2021.9639636, 2021
3. Gigova, T., K. Valeva, V. Nikolova-Alexieva, Digital Transformation – Opportunity for Industrial Growth, International Conference on Creative Business for Smart and Sustainable Growth (CREBUS), 2019, DOI: 10.1109/CREBUS.2019.8840065
4. EC, COM(2021) 118 final, Digital Compass to 2030: The European Path to the Digital Decade, Brussels, 9.3.2021, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML>
5. Precedence research, Generative AI Market, <https://www.precedenceresearch.com/generative-ai-market>
6. NetBase Quid via AI Index Report (2022), <https://ourworldindata.org/ai-investments> .
7. Eurostat, Use of artificial intelligence in enterprises, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use\\_of\\_artificial\\_intelligence\\_in\\_enterprises](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use_of_artificial_intelligence_in_enterprises)
8. Eurostat, Artificial intelligence in EU enterprises, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210413-1>
9. Saleh, Z. Artificial Intelligence Definition, Ethics and Standards, [https://www.researchgate.net/publication/332548325\\_Artificial\\_Intelligence\\_Definition\\_Ethics\\_and\\_Standards](https://www.researchgate.net/publication/332548325_Artificial_Intelligence_Definition_Ethics_and_Standards)
10. Stephen L., Artificial intelligence in the 21st century, ISBN 1944534539, 2016
11. Gartner Glossary, Artificial Intelligence (AI) <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/artificial-intelligence>
12. Britannica, John McCarthy - American mathematician and computer scientist, <https://www.britannica.com/biography/John-McCarthy>
13. Oxford University Press, The Oxford Dictionary Publisher: Oxford University Press, Print Publication Date: 2005, Print ISBN-13: 9780198609810 ISBN: 9780191727047 <https://www.oxfordreference.com/>
14. Haenlein M., A Kaplan, Brief History of Artificial Intelligence: On the Past, Present, and Future of Artificial Intelligence, The Regents of the University of California 2019 Article reuse guidelines: [sagepub.com/journals-permissions](https://sagepub.com/journals-permissions) DOI: 10.1177/0008125619864925 [journals.sagepub.com/home/cmr](https://journals.sagepub.com/home/cmr)
15. European Commission, 2019 A definition of Artificial Intelligence: main capabilities and scientific disciplines“, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0795&from=EN>

16. Kanade, V., What Is Artificial Intelligence (AI)? Definition, Types, Goals, Challenges, and Trends in 2022, <https://www.spiceworks.com/tech/artificial-intelligence/articles/what-is-ai/>
17. Minkov, I., Mihaylova, M., Corporate Culture as an Instrument to Manage the Interaction between Strategic Management and Employees' Self-actualisation within Business Organisations, *Izvestiya J. of Varna University of Economics*, Varna :Science and Economic Publ. House, 65, 2021, 4, 365-379.
18. Tkachenko, V., A. Kuzior, A. Kwilinski, (2019). Introduction of artificial intelligence tools into the training methods of entrepreneurship activities. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(6) *Journal of Entrepreneurship Education* Volume 22, Issue 6, ISBN 1528-2651-22-6-477

**Contacts:**

*Chief Assist. Prof. Katina Valeva, PhD*

*Faculty of Economics, Department of Industrial Business and Entrepreneurship, University of Food Technologies, 26 "Maritza" Bld, 4000 Plovdiv, Bulgaria*

*E-mail: tomika\_888@yahoo.com*

*Prof. Valentina Nikolova-Alexieva, PhD*

*Faculty of Economics, Department of Industrial Business and Entrepreneurship, University of Food Technologies, 26 "Maritza" Bld, 4000 Plovdiv, Bulgaria*

*E-mail: valentina\_nikolova@abv.bg*

# ПАЗАРНА СТРУКТУРА И КОНКУРЕНЦИЯ НА ПАЗАРА НА ТАКСИМЕТРОВИ УСЛУГИ В ГРАД ВАРНА

гл. ас. д-р Милчо Близнаков  
Икономически университет – Варна

## MARKET STRUCTURE AND COMPETITIVENESS IN TAXI SERVICES IN VARNA

Chief Assist. Prof. Milcho Bliznakov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Таксиметровите услуги са от основно значение за мобилността и транспорта в големите градове като представляват алтернатива на обществения транспорт. Ползите за потребителите са свързани с удобство, гъвкавост, бързина и спестяване на време. От друга страна таксиметровите услуги създават работни места и доходи за бизнеса.

В доклада е направен опит да се обясни състоянието на пазара на таксиметрови услуги в гр. Варна чрез модела от Индустриалната икономика, известен като „структура-поведение- ефективност“. Направена е оценка на параметрите на функциите на търсенето и предлагането като са сравнени пазарните цени с равновесните цени при различни пазарни структури.

*Ключови думи:* пазарна концентрация, пазарна структура, цени.

*JEL Класификация:* L1, L8

### Abstract

Taxi services are essential for mobility and transport in large cities as an alternative to public transport. The benefits for users are related to convenience, flexibility, speed and time savings. On the other hand, taxi services create jobs and income for businesses.

In the report, an attempt is made to explain the state of the market of taxi services in the city of Varna using the model from Industrial Economics, known as "structure-behavior-efficiency". The parameters of the supply and demand functions have been estimated by comparing the market prices with the equilibrium prices under different market structures.

*Keywords:* market concentration, market structure, prices.

*JEL Classification:* L1, L8

### Въведение

Таксиметровите услуги са от основно значение за мобилността и транспорта в големите градове като представляват алтернатива на обществения транспорт. Ползите за потребителите са свързани с удобство, гъвкавост, бързина и спестяване на време. От друга страна таксиметровите услуги създават работни места и доходи за бизнеса.

На вниманието на обществото са проблеми като качеството на услугата, сигурността, надеждността, безопасността и цените. Вероятно поради сравнително ниските доходи, цените таксиметровите превози излизат на преден план в местните медии. Сравнително често превозвачите инициират протести за повишаване на минималните цени на таксиметровите превози, при което се опитват да привлекат вниманието органите на местната и централна власт. Част от коментарите в публичното пространство съдържат критики към общинските съвети, че легитимират картелни споразумение на таксиметровите фирми.

На базата на информацията от публичните регистри на превозвачите и изявления на представители на бранша е приложен модел от индустриалната икономика, известен като „Структура – поведение – ефективност“<sup>1</sup>. Изводите за наличие или липса на картелни споразумения са направени чрез съпоставяне на пазарните с равновесните цени, изведени на база на приложения модел.

### **Обем на пазара**

Обемът на пазара се определя от приходите, които генерира за определен период, от количеството на предоставените услуги. Очевидно количеството работа е пропорционален на броя на таксиметровите автомобили, дневният пробег и платеният пробег.

### **Структура на пазара**

Според данните от регистъра за издадените разрешения за извършване на таксиметрови услуги към 31.01 2020 година в град Варна са регистрирани 1600 автомобили, а към 01.05.2020 са 1715. Броят на регистрираните автомобили е намалял в сравнение с предходните години.

Броят на фирмите, регистрирали автомобили за таксиметров превоз са 61. Според методиката<sup>2</sup> на Комисията за защита на конкуренцията пазарната концентрация е нормална  $HHI=780$ ,  $CR3=36$ ,  $CR4=43$ . Почти 50% от автомобилите са собственост на 5 фирми, а 91% от автомобилите са собственост на 14 фирми. Първите 10 фирми имат около 80% от такситата, а следващите 10 са с 18% или 33% от фирмите имат 98% от колите.

Клиентите могат да ползват таксиметрови услуги чрез поръчка по телефон, вайбър, интернет платформи, на таксиметровите стоянки в града или случайно преминаващ таксиметров автомобил.

По информация от различни източници около 80% от таксиметровите услуги се осъществяват с поръчки чрез оператор. В град Варна има четири оператора и няма информация за разпределението на пазарните дялове. Превозвачите заплащат месечни такси за свързване към централата на оператора и получаване на достъп до поръчките. Поръчката се получава от превозвача, който първи приеме поръчката.

Превозвачите имат достъп до клиентите чрез обществените и частни стоянки. Броят и местоположението на обществените стоянки се определя от общините (катедралата, Севастопол, ул. Опълченска, ул. Братя Миладинови). Редът за ползване на обществените стоянки не е регламентиран и поради ограниченият им брой съществуват съмнения за липса на добри практики (окупирани са от група шофьори без правно основание).

Частните стоянки са разположени в търговски и транспортни обекти и за ползването им се заплаща такса на собственика (автогара, летище, молове, хотели и т.н.).

### **Оператори**

Превозвачите, които получават поръчки чрез оператор на телефонна централа или онлайн платформа **прилагат еднакви цени**. Ако цените се определят по непазарен принцип, а чрез приемане на условията на оператора, тогава възниква съмнение за съгласуване на цените, което в Закона за защита на конкуренция се определя като **картел**. Нещо повече, самите оператори прилагат еднакви цени, за което не са подписвали споразумение и почти всяка година предлагат на общинските съвети да гласуват увеличение на минималните цени, като заплашват с протести, ако исканията им не бъдат приети. По този начин възниква обосновано предположение, че общинските съвети се превръщат в

<sup>1</sup> Structure-Conduct-Performance

<sup>2</sup> Методика за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар

„гумен печат“ на предполагаеми картелните споразумения в бранша. Понякога исканията се отправят и към държавата<sup>3</sup>, която е прехвърлила отговорността за цените на общинските съвети.

### **Има ли основание за съмнения за картел?**

Цените на таксиметровите услуги се определят не от самите превозвачи, а от операторите. Независимите таксите могат да определят своя тарифа, но достъпът им до пазара е силно ограничен от малкия брой на таксиметровите стоянки в центъра на града и ключови обекти с повишено търсене на таксиметрови услуги.

Ако на пазара има четири оператора като най-големият е с 40% пазарен дял, а останалите 3 с равни пазарни дялове от по 10% и техните платформи опосредстват 70% от таксиметровите услуги, пазарната концентрация в бранша, оценена чрез CR3=60, CR4=70 и HHI>2000, което отговаря на пазар с висока степен на концентрация и слаба конкуренция. Поради тези стойности на показателите за концентрация пазарът може да се характеризира като олигополен. Пазар с няколко големи фирми, които прилагат еднакви или близки цени и имат значителна пазарна власт.

**Заместители** на таксиметровите услуги са обществения транспорт, личните автомобили, коли под наем, придвижване с електрически тротинетки, велосипеди и дори пеш. Ползването на таксиметров превоз е близък заместител на градския транспорт, особено за близки разстояния и при пътуване на повече от един пътник. Таксиметровите автомобили влизат в пряка конкуренция с обществени градски транспорт като се движат по линиите на автобусите и предлагат превоз на цената на автобусния билет. Вероятно и поради това автобусните превозвачи отчитат значителни загуби като годишната субсидия от бюджета на община Варна достига 9 млн. лв.

**Потребителите** на услугата са жителите и гостите на града. Те достигат до услугата чрез телефон, интернет, таксиметрови стоянки и преминаващи таксите. През летния туристически сезон и в празнични дни търсенето нараства значително. Таксиметровите услуги се ползват като близък заместител на обществения транспорт, пътуването с лично или наето превозно средство или придвижването пеша. Целите на пътуването са придвижване до работното място, училището и дома, търговски центрове, зони за отдих и развлечения.

Потребителите на услугата нямат възможност да избират конкретния автомобил и да оценяват качеството на услугата. Те ползват автомобила, който първи се е отзовал на повикването или е първи на таксиметровата стоянка.

Услугата представлява хомогенен или слабо диференциран продукт, който се осъществява предимно с автомобили от нисък или в редки случаи среден клас, семеен тип, на достатъчно голяма възраст, силно амортизирани и понякога зле поддържани. Водачите на таксиметрови автомобили в повечето случаи са без специална квалификация за професията, не използват работно облекло и през лятото някои от тях са облечени неподходящо - шорти, потници, джапанки. Багажниците рядко са чисти и подредени и в повечето случаи са заети от допълнително монтирани газови уредби (бутилки).

Така описания продукт предполага липса или ниски пазарни бариери, при което входът и изходът са свободни като предлагането на таксиметрови услуги се увеличава бързо с хора, готови да работят за малко пари.

---

<sup>3</sup> [https://www.capital.bg/politika\\_i\\_ikonomika/ikonomika/2020/01/09/4014182\\_taksimetrovi\\_organizacii\\_pak\\_iskat\\_ot\\_durjavata\\_da\\_im/](https://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/ikonomika/2020/01/09/4014182_taksimetrovi_organizacii_pak_iskat_ot_durjavata_da_im/)

### ***Цени и приходи на бранша***

По данни от превозвачите през 2019 г. един автомобил изминава средно 140 км. на ден като половината от разстоянието е с пътници. Цената на километър превоз е 0,89 лв. Освен цена на километър превозвачите получават по 1,09 лв. за първоначална такса и 0,25 лв. за всяка минута престой. При среден платен пробег от 3,5 км. средната цена за километър е 1,21 лв.

При тези данни, дневният приход от работата на таксиметровите автомобили в гр. Варна с първоначалните такси е 145 х. лв., а годишният близо 53 млн. лв. При годишен патентен данък 690 лв., приходите в бюджета на община Варна са почти 1,2 млн. лв. Може да се предположи, че поради наличието на близки заместители на таксиметровите услуги, търсенето е еластично по отношение на цената и според мнението на представители на бранша неговата стойност е -1,5. Това означава, че при равни други условия 10% увеличение на цената ще доведе до 15% намаление на търсенето.

Приходите на операторите се определят от броя на превозвачите, които са клиенти на операторите и цената, която заплащат за услугата на оператора. Приблизителната оценка на годишните приходи на операторите при предположение за цена от 200 лв. на месец на автомобил са 3,3 млн. лв.

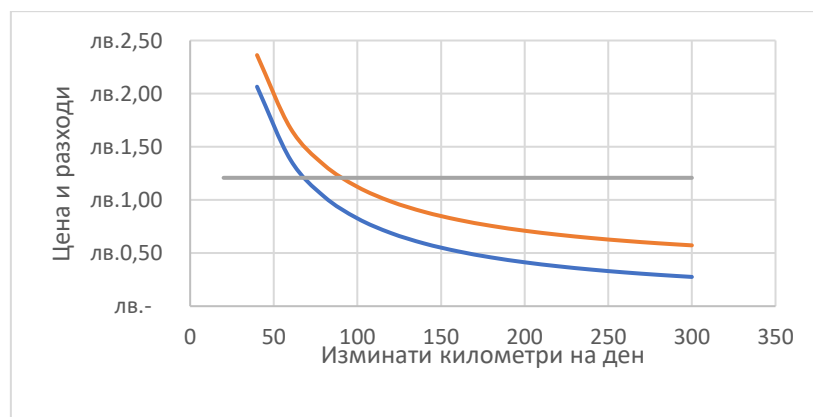
### ***Разходи на превозвачите***

Трудно е да се определят разходите на фирмите поради различните марки и модели автомобили, различния начина на осигуряване на услугата, различните горива, техническо състояние и т.н. Годишният патентен данък за регистрация на автомобил за таксиметрови услуги е 690 лв., но се заплаща само за месеците до края на годината и се възстановява при предсрочно прекратяване на дейността. Входните и изходни бариери на пазара на таксиметрови услуги могат да се оценят като ниски. Данъците върху превозното средство могат да варират в широки граници и се определят от мощността, възрастта, екологичните характеристики на автомобила. Същото се отнася до застраховките каско и гражданска отговорност.

Собствеността и възрастта на автомобилите също е съществен фактор за стойността на разходите. Автомобилът може да е собствен, на лизинг или под наем като месечните разходи биха могли да бъдат от 100 лв. до над 1000 лв.

Разходите за гориво варират според най-вече според вида на горивото, вида и техническото състояние на автомобила. Дизелово гориво, бензин, пропан бутан, метан или електроенергия са възможните алтернативи.

Разходите за консумативи и поддръжка не са значителни по стойност, но са съществени за качеството на предоставяната услуга и не рядко се спестяват от фирмите.



**Фигура 1. Цена, фиксирани и общи разходи на 1 км.**

Ефективността на конкуренцията на един пазар може да бъде оценена чрез индекса на Lerner (Elzinga, K, и Mills, D. 2011), а връзката му с ценовата еластичност на търсенето и пазарната концентрация е обяснена от Carlton и Perloff (1990). Пазарната власт на фирмите в един пазар се определя от произведението на реципрочната стойност на ценовата еластичност на търсенето ( $e$ ) и индекса на пазарна концентрация на Хиршман и Херфиндал ( $HHI$ ), което е изразено чрез следната формула:

$$-\frac{1}{e} \cdot HHI = \frac{P-c}{P} \quad (1)$$

При известни ценова еластичност, концентрация и пределни разходи може да се изчисли рентабилността на продажбите и оттам пазарната цена, при която фирмите ще максимизират печалбите.

$$P = \frac{c}{1 + \frac{1}{e} HHI} \quad (2)$$

Тъй като  $e < 0$  цената ще расте с увеличаването на ценовата еластичност и с увеличаването на концентрацията.

$$-\frac{1}{-1,5} \cdot 0,078 = \frac{1,21 - c}{1,21}$$

$$c = 1,145$$

При наличните данни за цената на километър, индекса на пазарна концентрация и предположенията за ценовата еластичност на търсенето може да се направи извода, че пределните разходи са 1,145 лв., а маржът 0,06 лв./км. е 5,2% от цената. Така определената стойност на пределни разходи съответства на общите средни разходи и представлява цената под която няма предлагане на таксиметрови услуги в дълъг срок. Поради наличието на свободен вход, може да се приеме, че линията на предлагането е хоризонтална при цена 1,145 лв./км. Броят на такситата ще се определя от търсенето и минималния среден платен пробег, необходим за покриване на фиксираните разходи на превозвачите.

Като се имат предвид цените на горивата, средния разход на 100 км. при движение в градски условия и коефициента на платен превоз може да се предположи, че пределните разходи са в рамките на 0,40-0,50 лв./км. платен пробег с марж 0,61-0,71 лв. Стойността на  $HHI$  при тези маржове трябва да е 0,88, която стойност съответства на пазар с висока концентрация.

При този размер на пределните може да се определели пазарната цена при фиксирани пределни разходи, постоянна ценова еластичност на търсенето и различна степен на пазарна концентрация.

$$-\frac{1}{-1,5} \cdot 1 = \frac{P - 1,145}{P}$$

$$P = \frac{1,145}{1 - \frac{1}{1,5}} = 3,44$$

При монополизиране на пазара ( $HHI=1$ ) цената теоретично би достигнала 3,44 лв./км. при предположение за изоеластична крива на търсенето. При 2,84 пъти



увеличение на цената количеството на услугата или броят на автомобилите ще намалее 4,3 пъти при запазване на ценовата еластичност на търсенето от -1,5. Маржът ще достигне 2,29 лв./км., или 66,6% от цената.

При дуопол ( $HHI=0,5$ ), равновесната цена ще бъде 1,71 лв./км. при марж 0,57 лв. или 3,3% от цената.

### **Заклучение**

Аналитично определените равновесни цени за един километър платен пробег при евентуален монопол (картел) или дуопол превишават съществено действащите пазарни цени към момента на изследването и не потвърждава съмненията за картел. Изследването се основава на модела „Структура, поведение, ефективност“ при предположения за постоянна еластичност на търсенето на пътнически таксиметрови услуги, хоризонтална линия на предлагане, обоснована от размера на средните общи разходи на километър платен пробег, дневен платен и общ пробег на един автомобил.

### **Използвана литература**

1. Bai, Z., Wang, J., Equilibrium model of urban taxi service network based on the integrated service modes, Advanced Engineering Forum Online: 2012-07-26, ISSN: 2234-991X, Vol. 5, pp 82-87, doi:10.4028/www.scientific.net/AEF.5.82
2. Carlton, D., Perloff, J., Modern Industrial Organization, 1990, p.398.
3. Elzinga, K. G., & Mills, D. E. (2011). The Lerner Index of monopoly power: Origins and uses. American Economic Review, 101(3), 558–564.
4. Salanova, J., A review of the modeling of taxi services, Procedia Social and Behavioral Sciences 20(2011) p.150-161.
5. Методика за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар, <https://cpc.bg/media/legislation/By-Laws/RESH%20393-09.doc>

### **Информация за контакт с автора:**

*гл. ас. д-р Милчо Близнаков*

*Икономически университет – Варна, катедра “Индустиален бизнес и логистика”*

*E-mail: [mbliznakov@ue-varna.bg](mailto:mbliznakov@ue-varna.bg)*

# ФАКТОРИ ЗА УСПЕХ В КРИЗАТА: ПРИМЕРЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ КОМПАНИИ ЗА ОБЛЕКЛО И ТЕКСТИЛ

гл. ас. д-р Веселина Максимова  
Икономически университет – Варна

## SUCCESS FACTORS IN CRISIS: THE CASE OF BULGARIAN APPAREL AND TEXTILE COMPANIES

Chief Assist. Prof. Vesselina Maximova, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Докладът представя резултати от проучване на поведението и представянето на компании от сектора на облеклото и текстила в България в период на резки, непредвидими и неблагоприятни промени в средата, характеризирани като криза. Стъпвайки на разбирането, че успехът в такива ситуации зависи от способността за бърза и ефективна промяна, е направен опит да се установи какви промени реализират онези компании от сектора, които са показали по-добри резултати от конкурентите си и то в кратък период. Предвид факта, че Ковид-пандемията бе именно такъв период на резки непредвидими и нежелани промени, предмет на изследване са резултатите на фирмите в първата пандемична година и факторите за тези резултати. Разгледаните емпирични случаи сочат като основни фактори за успех способността да се правят продуктови иновации, както и способността за адаптиране на обема производство и дистрибуция чрез реорганизиране на процеси и ресурси. Тази способност се дължи на инвестиране в развойна дейност, в модерни производствени технологии, както и в квалификация на персонала. Създадените силни комуникационни канали са в основата за намиране на нови партньори както за доставка, така и за дистрибуция, за създаване и/или разширяване на мрежата от подизпълнители с оглед осигуряване на гъвкавост в производствените обеми. Емпиричните резултати сочат също, че добрите пазарни резултати са съпътствани от финансови такива, което характеризира направените промени едновременно като бързи и ефективни.

**Ключови думи:** криза, промяна, организационна ловкост, ковид пандемия, фирмени резултати

**JEL Класификация:** L25, O31, M11

### Abstract

The paper presents the findings of a study on the behaviour and performance of companies from the textile and apparel industry in Bulgaria at a time of sudden, unpredictable and unfavourable changes in the environment, characterised as a crisis. Based on the understanding that success in such situations depends on the ability for quick and effective change, an attempt is made to find out what changes are realised by those companies which have outperformed their rivals, especially on short notice. As the COVID-19 pandemic was exactly such a time of sudden, unpredictable and unfavourable change, the subject of this study is the performance of said companies during the first year of the pandemic as well as the factors for their performance during that period. The main findings from the empirical study show that the key success factors were the ability to make product innovations as well as the ability to adapt production and distribution volume through the reconfiguration of processes and

resources. This ability is due to investments in R&D activities, modern production technologies and staff qualification. Previously built strong communication channels were crucial for finding new partners for delivery as well as distribution, for creating and/ or broadening a network of subcontractors in order to provide product volume flexibility. The empirical findings also show that good market performance is accompanied by good financial performance, which characterises the changes that have been made as both quick and effective.

**Keywords:** *crisis, change, organisational agility, COVID-19 pandemic, firm performance*

**JEL Classification:** *L25, O31, M11*

## **Въведение**

Наличието на кризи с различен произход и характер в нашето съвремие налага необходимостта да задълбочаваме познанията си за факторите, които оказват влияние върху резултатите на стопанските субекти през тези периоди на интензивни и много често неблагоприятни промени. Статистиките в такива периоди сочат разнопосочни резултати – редица компании не успяват да се адаптират към променената среда и прекратяват съществуването си, други успяват да запазят дейността си, а трети дори бележат ръст в пазарните си и финансови резултати. С какво се характеризират компанията, попаднали в третата група, е във фокуса на интереса ни в настоящото изследване.

Merriam-Webster Dictionary определя кризата като "нестабилен или повратен период или състояние на нещата, при което предстои решаваща промяна, и особено такава с отчетлива възможност за силно неблагоприятен изход". Етимологията на думата е от гр. *krisis* - повратна точка, внезапна промяна. В Речник на българския език е дадено подобно описание на значението на думата „криза“, а именно „рязка промяна, обикновено към по-лошо, в състоянието, развитието на нещо, която има решителни, важни последици“.

Можем да изведем отличителни характеристики на кризата: (а) кризата винаги се свързва с промяна; (б) тази промяна обикновено е рязка, внезапна, което я прави и неочаквана; (в) последиците от такава промяна могат да бъдат силно неблагоприятни и същевременно са от значим характер.

Значимостта на последиците изисква действия от страна на засегнатите страни. Нещо повече, действията трябва да са навременни, ако искаме да се смекчат или в най-добрия случай, избегнат, негативните последици. Силно променената външна среда ще изисква решения за адекватни промени и вътре в организациите – в техните стратегии, процеси, понякога включително в ценностната ориентация или други елементи на организационната култура. Нашата теза е, че в кризисна ситуация успехът на организациите зависи от способността им да се променят. Промяната обаче не се случва лесно, както и много пъти е неуспешна. Изследване на McKinsey & Company (2021) сред почти 3000 ръководители сочи, че по-малко от 40% от опитите да се реализират промени в компанията са успешни. Нарастващата значимост на това доколко компанията притежават способност да се променят е причина за появата и популяризацията на нова концепция в управленската теория – тази за „организационната ловкост“ (organizational agility). Ловкостта се свързва именно със „способността на фирмата да улавя промените в средата и да отговаря ефикасно и ефективно на тези промени“ (Felipe et al, 2016).

Много изследователи посвещават работата си на това да съставят списък на характеристиките, които трябва да притежава компанията, за да има способност да се променя, да бъде „ловка“. Sharifi and Zhang (1999) са едни от най-цитираните автори, когато става въпрос за такъв списък с характеристики. Те посочват четири категории характеристики, които правят организациите ловки, или способни да се променят, а именно:

(1) *способност за отговор*, описана от авторите като умение да се идентифицират промените и да се реагира бързо на тях. Бързия отговор свързват със способността да се предусеща, възприема и изпреварва промяната;

(2) *компетентност* – тук авторите включват широк набор от способности, осигуряващи продуктивност, ефикасност и ефективност на дейностите. Списъкът започва с уменията за изграждане на дългосрочна визия за развитието на компанията и включва технологични способности, умение за създаване на качествен продукт/ услуга и въвеждане на нови продукти на пазара, ангажиране на знаещи и компетентни хора, оптимизиране на процесите и т.н. Умението за сътрудничество както вътре в организацията, така и с външни контрагенти, също се посочва от двамата автори като описващо компетентност;

(3) *гъвкавост/ адаптивност*, разбрана като способност да се създават различни продукти и да се постигат различни цели с едни и същи ресурси – това включва гъвкавост по отношение както на обема, така и на разновидността на продуктите. Тази гъвкавост касае не само физическите ресурси, но и организационните и човешки ресурси на компанията.

(4) *бързина/ скорост*, или способност за реализиране на действия във възможно най- кратки срокове – от краткото оперативное време за производство и навременност на доставките до възможността за бързо въвеждане на нови продукти на пазара.

Приемайки, че именно способността на фирмите да се променят предопределя техния пазарен и финансов успех в периоди на резки и непредвидими промени във външната среда, с настоящия доклад си поставяме за цел да установим как компании, постигнали по- добри резултати от конкурентите си в период на криза, са успели да го направят – какви промени са реализирали в стратегиите, структурите, процесите си. Нещо повече, какво е направило възможно извършването на тези промени – ще се опитаме да установим доколко успешните компании притежават характеристиките на „ловки“ компании, описани от Sharifi and Zhang (1999) и цитирани по- горе.

За да реализираме тази цел, в следващите параграфи обосноваваме избора на обект и период на изследването, след което на база на направеното проучване групираме успешните компании от избрания сектор според факторите, които са способствали успеха им в периода на криза.

## **1. Обект и период на изследване: обосновка на избора**

В съответствие с целта е избран период, който може да се характеризира като криза – налице са резки, значими и неочаквани за бизнеса промени във външната среда, последиците от които могат да са значими, при това неблагоприятни. Настъпването на пандемията от Ковид-19 е именно такъв период. Въпреки наличието и на други примери на мащабни и трудни за предвиждане събития в близката история, Ковид-19 е категоричен пример за промяна в средата, която освен със своята внезапност и непредсказуемост се характеризира и с това, че засегна едновременно икономическата, социалната, политическата среда. Нещо повече – освен че възникването ѝ беше непредвидимо, също толкова неясно беше и колко продължително, с каква сила и с какъв обхват ще е въздействието ѝ. Ето защо, макар останал в миналото, периодът на пандемията е интересен от изследователска гледна точка, когато става въпрос за способността на икономическите субекти да се променят и да се справят ефективно в периоди на криза. Тази способност се отнася както до способността им да вземат решения за промени, така и до способността им да ги реализират ефективно.

Обект на настоящото изследване са компании от сектора „Облекло и текстил“ в България. Основен мотив за избора на компании от този сектор е фактът, че той беше

засегнат от пандемията в много аспекти – от промяната на потребителското поведение и отказа на поръчки, през затруднения във веригите на доставки, до трудностите в организиране на производствения процес заради противоепидемичните мерки. Интересувайки се от способността на фирмите да реагират *своевременно* и достатъчно *бързо* на промените, за изследователски период е избрана *първата година на пандемията – 2020-та година*. Считаме, че именно способността за *бърза и навременна* реакция е тази, която запазва жизнеспособността на компаниите, предпазва ги от загуба на ресурси (например освобождаване на обучен персонал) и в най-добрите случаи осигурява не само оцеляването, а и просперитета им. Така промените, които успешните фирми предприемат *в рамките на първата година от кризата*, и организационните ресурси, които дават възможност тези промени да се осъществят, са във фокуса на изследователския ни интерес.

Секторът е значим за икономиката на страната ни – по данни на Българската асоциация за текстил, облекло и кожи (batok.org) в годината преди Ковид-19-пандемията той формира приблизително 11% от общия износ и създава около 12% от добавената стойност в индустрията. От съществено значение е за формирането на брутния вътрешен продукт на България, не на последно място по значимост е и фактът, че е и важен работодател – в годината преди пандемията осигурява работни места на около 14 % от общо заетите в индустрията на България. Експортната ориентираност на компаниите от сектора трайно поставя България в ролята на нетен износител на този вид стоки. Освен на изхода, чрез експорта предимно до европейски страни, българският бизнес с облекла и текстил е силно свързан с международната среда и на входа – суровините за текстилната индустрия (памук, петролни продукти, т.н.) идват предимно от страни извън Европа. Тази свързаност прави още по-осезаем ефекта от тази световна криза върху разглеждания сектор в България. Промените са по всички елементи на веригата на доставяне на стойност и с последици за всички функционални области на бизнеса – променено е търсенето заради промененото ежедневие и режим на работа на крайния потребител (интересът към официални и офис облекла е силно ограничен, а по-голямата част от българските производители изнасят именно такива), затварят магазини за физически продажби, при търговските партньори залежават изпратени стоки, появяват се проблеми с ликвидността и плащанията. Там, където въпреки намаленото търсене има поръчки, има затруднения и забавяния при транспортирането заради многото и променящи се противоепидемични мерки. При по-големите и високотехнологични компании има проблеми и с организирането на работния процес отново заради противоепидемичните мерки – за работа от разстояние трудно се намира решение, а големите брандове, с които работят, често настояват за кратки срокове за изпълнение. Проблеми има и в началото, на входа на веригата – суровините за текстилната промишленост са в по-голямата си част внос от не-европейски страни, което в периодите на локдаун автоматично означава забавени доставки. Има скок и в цените на суровините. Търсенето на нови партньори също не може да се случва по обичайния начин – събитията с промоционален характер (ревюта, изложения), където обикновено стават поръчките, също са преустановени за неопределено време.

В резултат на тези явления износът през първата година на Ковид-кризата на продукти на сектора се свива с 12% – от малко над 4.5 млрд. лв. до 4.06 млрд. лева. Табл. 1 показва общия спад в износа на сектора, както и изменението в продажбите за четирите най-продавани през 2020 г. стокови групи.

Таблица 1

**Износ на сектор „Текстил, облекло и обувки“ – общо и по стокови групи  
(първите четири по обем продажби), в млн. лв.**

	Предкризисна година (2019)	Първа година на кризата (2020)	Годишен спад/ръст
<b>Общо</b>	4 601	4 064	-12 %
в т. ч.			
1. Облекла, различни от трикотажа и плетени	1 454	1 171	-19%
2. Трикотажни и плетени облекла	1 309	1 157	-12%
3. Маски, торбички, чаршафи за болници	197	342	90%
4. Вълна, прежди	285	214	-25%

Източник: *nsi.bg*

По данни на Българската асоциация на производителите и износителите на облекло и текстил ([bgtextiles.org](http://bgtextiles.org)) през 2020 г. около 10% от фирмите са преустановили дейността си. Сред тях основно са фирми, произвеждащи мъжки и дамски официални облекла, които са и сред най- високотехнологичните за сектора. Именно тази стокова група, макар оставаща с най- висок дял в износа, е и с най- висок принос към намалението на стойността на общия износ на продукти от сектора. По- голямата част от тези, които са продължили дейността си, са с минимум 20% спад на приходите през 2020 г. спрямо предходната година, сочат също от Асоциацията на производителите и износителите ([bgtextiles.org](http://bgtextiles.org)).

На фона на общия спад обаче има фирми, които реализират ръст в приходите си от продажби, като същевременно успяват да реализират печалба. Именно те са във фокуса на вниманието ни в опит да установим какви дейности са предприели, за да преминават успешно през кризата, изпреварвайки конкурентите си.

## 2. Метод на изследване

Като измерител на успеха на фирмите от разглеждания сектор ще използваме ръста на приходите от продажби. Именно ръстът в приходите е отражение на ориентирано към потребителя поведение и успех в предоставянето на продукт с по- висока добавена стойност, отговарящ на променените потребителски изисквания. Като втори индикатор за успеха ще държим във вниманието си и печалбата. Наличието ѝ е индикатор за оперативна ефикасност, ефективност при разходване на ресурсите, продуктивност.

Наблюдението ни е върху две групи организации. В първата попадат 18 малки и средни компании от сектора на текстила и облеклото, които са реализирали най- висок ръст в продажбите си за 2020 спрямо 2019 г. Над 95% от фирмите в сектора са малки и средни предприятия и е резонно вниманието ни да е насочено именно към тях. Същевременно интерес представляват и най- големите представители на сектора, тъй като имат най- голям принос към общата продукция и износ на сектора. Те именно са втората група организации, чието представяне в периода на криза е обект на изследователски интерес. Компаниите с най- висок ръст на продажбите от първата група са идентифицирани на база годишната секторна класация „Гепард“ за най- динамични малки и средни компании в България по сектори (Капитал, 2021). В топ 20 за сектор „Облекло, текстил и обувки“ за изследваната 2020-та година попадат 18 фирми за облекло и текстил (две от

попадналите в класацията са производители на обувки). Ръстът на продажбите им на годишна база варира между 19% и 236% като две от фирмите са с трицифрен ръст. 1/3 от тях (6 фирми) запазват мястото си в топ 20 на динамичните компании от предходната година като само една от шестте бележи по-нисък ръст спрямо ръста си от 2019 г., но въпреки това остава в класацията. Останалите 2/3 са нови в класацията и всички те по време на Ковид кризата постигат по-високи ръстове на приходите си от продажби спрямо ръстовете за 2019 година, преди настъпване на пандемията. Едновременно с това всички 18 фирми са работили на печалба през 2020 г. За да очертаем профила на тези компании и да разберем на какво се дължат постигнатите от тях резултати, правим преглед на годишните им отчети и контент анализ на публикувани интервюта с техните мениджъри. В зависимост от характера на промените, които са предприели, разделяме компаниите в три групи с оглед по-лесното идентифициране на групи фактори, способствали успешното реализиране на промени.

Сред най-големите 15 компании в сектора (отново по класация на „Капитал“) попадат само три компании с ръст на продажбите пред първата година на Ковид-кризата. Изучаването на техния профил допълва изследването на успешните фирми за периода.

### 3. Резултати и дискусия

На базата на информацията от контент анализа на публикуваните годишни отчети и интервюта, формираме *три групи компании* според характера и дълбочината на промените, които са осъществили и степента и посоката на влияние, която им е оказала кризата:

*Първата и най-голяма група* е съставена от компании, които са постигнали висок ръст в продажбите *чрез сериозни/значими иновации в продукта*. 39% от фирмите, попаднали в класацията на най-динамични фирми от сектора за 2020 г., са в тази група. Иновациите са в предпазно облекло за различни потребителски сегменти, като две от фирмите, попаднали в тази група, са две от общо трите фирми в сектора, създали предпазно медицинско облекло за многократна употреба. Третата фирма, която е произвеждала защитно медицинско облекло, също е с висок ръст на приходите, при това трицифрен (не попада в класацията, защото последната подрежда малките и средни компании, а тази компания е от групата на големите в сектора). Компаниите от тази група успяват заради способността си да осъзнаят необходимостта от промяна навреме, да вземат бързи решения, но също така и да ги реализират ефективно. Последното е повлияно от достигнатата компетентност в работата, създадените собствени развойни екипи или сътрудничеството с научни работници. Контент анализът идентифицира още една организация с трицифрен ръст на продажбите, постигнат отново благодарение на иновации в продукта. Организацията е извън класацията на най-динамичните МСП, защото е микрофирма. Иновацията е отново в предпазен продукт, този път дизайнерски. Трицифреният ръст на продажбите е възможен благодарение на поредица от промени в дейностите на компанията – изграждане на широка мрежа от подизпълнители, които да поемат увеличения обем работа, инвестиции в информационна система за обработка на поръчките. Силни комуникационни канали и опит в онлайн продажбите са сред компетентностите на организацията, които способстват успеха ѝ в реализирането на промяната.

*Втората група* е формирана от фирми, които запазват мястото си в класацията от предходната година – попадат в топ 20 на най-динамичните компании в сектора и през годината, предхождаща кризата. В тази група са 33% от наблюдаваните компании като всички, с изключение на една, бележат по-високо увеличение в приходите си през пандемичната година в сравнение с увеличението, реализирано от тях в годината, предхождаща кризата, с други думи – подобряват пазарното си представяне именно по време на

криза. Повечето от фирмите в тази група, 2/3 от тях, произвеждат продукти, чието търсене не е от най- силно засегнатите от ковид-кризата, а именно – производители са на спортно и домашно облекло, домашен текстил, вкл. спално бельо. Ковид-19 кризата не се отразява негативно на потребността от тези продукти, дори в някаква степен има преориентация на търсенето именно към тях. Наред с този положителен ефект, трудности, породени от кризата, не липсват и при тази група производители – забавяне на доставките заради световните противоепидемични мерки, растящи цени на суровините, затваряне на много физически магазини за дълго време, необходимост от опазване здравето на персонала. Това са все предизвикателства, изискващи реорганизация на процеси, адаптиране на обемите производство спрямо новото търсене, намиране на нови партньори и канали както за доставки, така и за продажби. Развити комуникационни канали, модерни производствени технологии, взаимоотношения с подизпълнители са сред факторите, които позволяват пазарният отговор да е едновременно бърз и разходо-ефективен (всички фирми, попаднали в класацията са работили на печалба). Освен фирми за домашни и спортни облекла и текстил в тази група са и производители на продукти, чието търсене като цяло бележи най- драстичен спад по време на пандемията, а именно на официални облекла. Въпреки че мястото им в класацията пада от 2-ро и 10-то в годината преди пандемията съответно на 20-то (с 19% ръст) и на 18-то (с 27% ръст) в първата година на кризата, те успяват да запазят положителната тенденция в продажбите си. Добрата история на компанията и постигнатите резултати от предходни години са ключът към запазване на успеха и в кризисната година. Компаниите от тази група са инвестирали в квалификация на персонала, в модерни производствени мощности и системи за управление, развили са комуникационните си канали. Всичко това им позволява намирането на нови партньори, гъвкавост по отношение на обемите производство и осигуряване на навременно и качествено изпълнение на поръчки – все фактори, подпомагащи ръста на продажбите им въпреки рязкото влошаване на ситуацията.

В *третата група*, съставена от 28% от компаниите, попаднали в класацията за 2020 г., са отново производители предимно на спортно, домашно и работно облекло и домашен текстил. Те не са в топ 20 за предкризисната година и за повечето от тях може да се каже, че кризата се оказва възможност. Тя не налага правене на продуктови иновации. Ръста в продажбите постигат с обичайните си продукти, активизирайки маркетинговата си дейност. Силно представяне на продукцията в онлайн пространството, бърза и навременна комуникация с партньори и клиенти са сред средствата, които им носят предимство пред конкурентите им. Увеличените продажби, донякъде и благодарение на ковид-ситуацията, изискват от тези компании гъвкавост по отношение на обемите производство, която постигат и посредством широка мрежа от подизпълнители.

За да стане още по-ясен профилът на успешните компании в кризата, е полезно да се отбележи и какво не са тези компании, кое не е тяхна практика. Въпреки широко използваната в бранша пазарна възможност за реализация на текстилни предпазни маски, само две от фирмите, попаднали в класацията, са успели благодарение на този продукт. За извода, че това е краткосрочно решение, което не ангажира особен иновационен потенциал и трудно би било фактор за дълготраен успех, говори фактът, че една от тези две фирми, при това водач в класацията с трицифрен ръст на продажбите, затваря производството си в последното тримесечие на 2020 г.

Навременният, бърз и ефективен отговор на внезапно променилата се ситуация е от ключово значение както за оцеляването в периода на кризата, така и за дългосрочното оцеляване след като кризата отmine и стане възможно връщането към старите пазари. В този контекст друго огромно предизвикателство по време на кризата е запазването на персонала. Поради общия недостиг на трудови ресурси, ако веднъж бъдат освободени, организациите ще изпитват затруднения и в бъдеще, когато кризата отmine. По-



голямата част, 61% от разглежданите компании, попаднали в топ 20 на най- динамичните в сектора, запазват или дори увеличават (50% от общия брой наблюдавани) персонала си през първата година на кризата. При останалите 39% от наблюдаваните организации средното намаление в числеността на персонала е 19,6%, кореспондиращо със средното намаление от 20% в сектора.

Друга група представители на бранша, които са във фокуса на вниманието ни, са големите компании в бранша. Обичайно тези компании са възприемани като по- малко адаптивни спрямо външните промени именно заради размера си. Същевременно техният физически и финансов капацитет им позволява да приложат практики, които в създалата се кризисна ситуация им осигуряват предимства, които ги задържат на пазара. По данни, представени в класацията на „Капитал“ на 15-те най-големи компании за текстил, облекло и обувки, сумарните им приходи за 2020 г. падат с 8.6% до 1.124 млрд. лв. (capital.bg). Сред тях има три растящи компании, при които факторите за растеж са подобни на тези при средните и малки предприятия – силна развойна дейност и иновации в продукта (включително патентоване на нови продукти), увеличаване на разходите за маркетинг, преориентация към и/ или увеличаване на онлайн продажбите, търсене на нови партньори. При компаниите от топ 15, които отбелязват понижение в приходите си от продажби, средният спад е 14% при средно за сектора понижение от 20% за първата година от ковид-кризата. Постигането на умерен спад, по- нисък от средния в бранша, при силно експортно ориентирани компании в период на световен локдаун може да бъде възприето като добро представяне. При големите компании гъвкавостта се постига и благодарение на направените значими инвестиции в технологии, физически ресурси и ноу-хау. Това им позволява постигане на по- високо качество, а така и по- висока добавена стойност за потребителите. Стойност за потребителите добавят и с по- бързо изпълнение на поръчки и по- навременни доставки, за които допринасят отново както високотехнологичните производствени активи, така и по- големите складови пространства, които позволяват съхранение на продукцията и бърз отговор при флукуиращо търсене. Вниманието към персонала и неговото обучение също е възприемано от голяма част от тези компании като ключов фактор за успеха.

### **Заклучение**

В заключение може да се направи изводът, че разгледаните случаи на успешни организации в изследвания период подкрепят формулираната в увода теза, че успехът на организациите в кризисна ситуация зависи от способността им да се променят. Всички организации са проявили гъвкавост преконфигурирайки своите ресурси и процеси. Промени са реализирани по цялата верига- доставки, производство, съхранение, дистрибуция. Нарасналите продажби в кратък период от време са индикация за гъвкавост по отношение на обемите както на производство, така и на дистрибутиране на новите количества. Гъвкавост са проявили и по отношение вида на продукцията – голяма част от успешните компании са реализирали продуктови иновации. Реакцията е бърза и навременна – това е индикация както за способността да се оценява ситуацията и да се вземат бързи решения за промяна, така и за способността да се реализират тези решения благодарение на постигнатата компетентност в управлението на хора, физически ресурси и процеси. Промяната е реализирана и по ефективен начин – освен пазарния успех, изразен в увеличение на продажбите, компаниите постигат и положителни финансови резултати. Можем да заключим, че компаниите, които превъзхождат по резултати конкурентите си по време на криза, са тези, които са проявили „ловкост“ в поведението си, осъществявайки бързи и навременни промени, използвайки уменията си да оползотворяват налични ресурси, както и да придобиват нови и да ги ангажират в постигането на модифицирани цели по ефективен начин.

## Използвана литература

1. Българска асоциация за текстил, облекло и кожи. Официален сайт, <https://www.batok.org/> [Accessed: 18/09/2023]
2. Българска асоциация на производителите и износителите на облекло и текстил. Официален сайт, <http://www.bgtextiles.org/> [Accessed: 20/09/2023]
3. Капитал (2021). Класация „Гепард“: най- динамичните малки и средни компании в България. Достъпно на <https://www.capital.bg/biblioteka/5916-gepard> [Accessed: 30/09/2022]
4. Капитал (2022). Най- растящите текстилци: за маски, защитни облекла и домашни дрехи, [online], 29 март 2022, достъпно на <https://www.capital.bg/biznes/promishlenost/2022/03/29/4267238> [Accessed: 30/09/2022]
5. Национален статистически институт на РБ, <https://nsi.bg/bg> [Accessed: 20/09/2023]
6. Речник на българския език (1995). Издателство на БАН, Институт за български език „Проф. Л. Андрейчин“, София, 1995. 865 с. ISBN 954-430-258-1 (том 8), достъпен и на <https://ibl.bas.bg/rbe/lang/bg> [Accessed: 30/09/2023]
7. Felipe, С.М. et al. (2016). An explanatory and predictive model for organizational agility, *Journal of Business Research*, 69, pp. 4624–4631
8. McKinsey and Company (2021). Losing from day one: Why even successful transformations fall short, Survey, December, 07, 2021 [online], Available at <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/successful-transformations#> [Accessed: 18/07/2023]
9. Merriam-Webster. (n.d.). Crisis. In Merriam-Webster.com dictionary. Available at <https://www.merriam-webster.com/dictionary/crisis> [Accessed: 30/09/2023]
10. Sharifi, H., & Zhang, Z. (1999). A methodology for achieving agility in manufacturing organisations: an introduction. *International Journal of Production Economics*, 62 (1–2), pp. 7–22.

### Информация за контакт с автора:

гл. ас. д-р Веселина Максимова

Икономически университет – Варна, катедра „Управление и администрация“

E-mail: [v\\_maximova@ue-varna.bg](mailto:v_maximova@ue-varna.bg)

# ФИНАНСОВИЯТ АНАЛИЗ ПРИ ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА

гл. ас. д-р Цветомир Манолов  
Икономически университет – Варна

## FINANCIAL ANALYSIS IN ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Chief Assist. Prof. Tsvetomir Manolov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Конкурентоспособността на предприятието е важен показател, който го отличава от останалите участници на пазара. От тази гледна точка, тя е област, която представлява интерес, както за учените, така и за мениджърите и анализаторите. В настоящата разработка са представени същността на конкурентоспособността на търговските предприятия, както и възможността на измерването и оценката ѝ чрез различни системи от финансови показатели.

**Ключови думи:** конкурентоспособност, финансов анализ, изследване  
**JEL Класификация:** D22

### Abstract

The competitiveness of the enterprise is an important indicator that distinguishes it from other market participants. From this point of view, it is an area of interest to both academics, managers and analysts. In this article are presented the essence of the competitiveness of commercial enterprises, as well as the possibility of its measurement and evaluation through different systems of financial indicators.

**Keywords:** competitiveness, financial analysis, research  
**JEL Classification:** D22

### Въведение

Конкурентоспособността в сферата на бизнеса е състезание (съперничество) между две или повече лица (физически или юридически), както по отношение усвояването на ограничени ресурси (труд, капитал, природни и научно-технически ресурси), така и по отношение на превръщането на определена група потребители в лоялни клиенти (Балева, 2009). От тази гледна точка като обект на изследване и анализ тя може да се обследва на няколко равнища: национално, регионално, отраслово и на равнище предприятие. В зависимост на действието на различни условия и фактори, съществуват връзки и взаимна обусловеност между различните равнища. В настоящата разработка конкурентоспособността се разглежда на ниво предприятие, а като обект на изследване е възможността да се измери и оцени конкурентоспособността въз основа на финансови показатели. Целта на доклада е да се открият онези чисто финансови показатели, които в най-голяма степен биха помогнали да се измери и оцени конкурентоспособността на всяко едно стопанско предприятие.

## **Същност на конкурентоспособността**

След приемането на България в Европейския съюз и отпадането на редица регулации, ограничаващи движението на стоки и капитал, търговските предприятия в страната са принудени да работят в условията на силно конкурентна и динамична среда. Подходите изясняващи същността на конкуренцията обикновено се свеждат до поведенчески, структурен и функционален.

В същото време е необходимо да се прави разлика между понятията конкуренция и конкурентоспособност. Според Антонова (2008) конкуренцията може да се разглежда от икономическа и юридическа гледна точка.

От икономическа гледна точка, тя е икономически процес на взаимодействие, взаимовръзка и съревнование между участници на пазара, с цел да се осигуряват по-добри възможности за реализиране на продукцията, задоволяване на разнообразни потребителски изисквания и получаване на максимална печалба.

От юридическа гледна точка, конкуренцията се дефинира като състезание на стопански субекти, когато самостоятелните им действия ефективно ограничават възможността на всеки един от тях едностранно да въздейства върху общите условия на обращение на стоките на съответния стоков пазар.

Конкурентоспособността от своя страна е важен показател, който включва свойства и характеристики, които отличават дадено предприятие от други такива (Костова, 2011). Тя е способност да се създава благоденствие, чрез производство на стоки и услуги, които успешно преминават проверката на един неограничаван пазар и образувано търсене при нормални условия (Антонова, 2008). Конкурентоспособността на предприятията е резултат от дейността им на различни сегменти на пазара. Тя се свързва най-вече с пазарния дял и с нормата на печалбата, която се реализира от сключваните сделки, в сравнение с аналогичните показатели на конкурентите (Осинова, 2018). Според Ненов&Минков (2015), конкурентоспособността на предприятието е способността му чрез непрекъснато обновяване и усъвършенстване да създава и устойчиво да поддържа конкурентни предимства, водещи до високи стопански резултати в дългосрочен план.

Конкурентоспособността на предприятията може да има различни измерения и характеристики (Кръстев, 2021):

- конкурентоспособността отразява пазарните позиции на дадено предприятие спрямо неговите конкуренти;
- тя има комплексен характер и показва какъв е цялостния потенциал на едно предприятие в борбата за надмощие спрямо останалите;
- конкурентоспособността на едно предприятие може да се определи единствено чрез съпоставянето ѝ с конкурентоспособността на други предприятия, т.е. тя има сравнителен характер;
- конкурентоспособността на предприятията не е постоянна величина, а се променя с течение на времето, като в този смисъл има динамичен характер;
- равнището на конкурентоспособност на предприятията е от значение не само за техните собственици и мениджъри, а и за техните клиенти и конкуренти, които се нуждаят от информация за икономическите процеси, протичащи в отделните стопански организации.

От съдържателна гледна точка, под „конкурентоспособност“ следва да се разбира (Иванов, Й., 2016):

- Способността да противодействаш на пазарния съперник;
- Способността ефективно да произвеждаш и продаваш;
- Способността да задържаш и увеличаваш дела на клиентите;
- Способността да обезпечиш ефективно използване на ресурсите;

- Способността да осигуриш висок доход и рентабилност от дейността;
- Способността да създаваш добавена стойност, която удовлетворява в съдържателен и количествен аспект създателя ѝ;
- Способността да управляваш ефективно конкурентните си предимства.

### **Традиционни подходи за анализ на конкурентоспособността на предприятията**

В литературата съществуват различни виждания за анализ на конкурентоспособността на предприятията, като част от тях са:

• **Подходи базирани на стратегията на Портьър (2004) за осигуряване на конкурентоспособност, или конкурентна стратегия** – такъв подход се предлага от Милушева (2012), според която оценката на конкурентоспособността преминава през следните етапи:

- етап, свързан с проучване на външната среда;
- етап, при който целта е определяне на моментна конкурентоспособност на предприятието;
- етап на който се извършва анализ на вътрешните фактори за конкурентоспособност;
- етап, свързан с определяне потенциала на предприятията за повишаване на конкурентоспособността;
- етап на който се извършва оценка на възможностите за повишаване на конкурентоспособността на предприятията.

• **Подходи базирани на изследване потенциала на предприятието (Райкова, 2016)** – при тях потенциалът на предприятието се свързва с реалната или възможна способност да се провеждат набелязаните дейности. Обичайно се обособяват четири основни категории, които се свързват:

- с основния потенциал - приема се, че той дава възможност на предприятието да постигне основните си цели, да произведе икономическа стойност и да реализира печалба. Наличието на този потенциал осигурява стабилна пазарна позиция.
- със скрития потенциал – свързва се преди всичко със служителите на предприятията и с наличието на активи с разнородна употреба.
- с потенциала с неефикасна стойност - такъв е налице в ситуациите в които използването на разполагаемите ресурси не генерира печалба за предприятието;
- с кръстосания потенциал – характеризира активите на разположение на едно предприятие, осигуряващи друг вид ефикасен потенциал, т.е. добре функциониращи продажби или финансови системи.

• **Подходи основани на балансираната система от показатели** – според Колева (2016) те включват система от финансови и нефинансови показатели в четири основни направления, а именно:

- **Финансово направление** – използваните показатели имат двустранно предназначение: от една страна определят финансовата ефективност, която се очаква от стратегията, а от друга – служат като постоянен ориентир за целите и показателите от другите направления на системата;
- **Отношения с клиентите** - определят се основните потребителски и пазарни сегменти, в които предприятието ще се конкурира;
- **Вътрешни бизнес процеси** - състои се от три основни процеса: иновации (стойност за клиента утре, или как да изпреварим конкурентите си), операции (от момента на получаване на поръчката от клиента до доставката на стоката/услугата), следпродажбено обслужване (сервиз, гаранционно обслужване, ремонт);
- **Познания и развитие** - известни са три принципни категории в това

направление: преквалификация на персонала; възможности на информационните системи; мотивация, пълномощия и синхронизиране на личните цели.

### **Подход за анализ на конкурентоспособността на предприятията базиран на информацията, съдържаща се във финансовите отчети на предприятията.**

Специфичното за този подход е, че при него конкурентоспособността се измерва и оценява чрез идентифициране на конкурентните предимства, които дадено предприятие притежава. Предимството на метода е, че дава възможност за директна съпоставка на предприятията, като се прогнозира бъдещото им развитие въз основа на информация за период от 5 до 10 години. Според Костова (2011) конкурентното предимство се дефинира най-общо като отличителни способности на предприятието, а „дългосрочното конкурентно предимство“ (ДКП) не е обвързано с период от време, през който предприятието притежава такава, а в смисъла, че преценките на дългосрочното състояние на предприятието се базират на историческо измерване на стойности (показатели) за продължителен период от време (над 5 години, а в най-дългосрочен план 10 години).

Анализът и оценката на конкурентните предимства се извършва въз основа на показатели, информация за които се съдържа в структурираните елементи на финансовите отчети.

**На базата на счетоводния баланс се изчисляват преди всичко показатели, които характеризират имуществената структура.** Те дават една обща представа за състоянието на предприятието. Дали интензитета на нетекущите активи ще превишава този на текущите зависи до голяма степен от отрасловата принадлежност на предприятието.

Основно внимание по отношение на нетекущите активи следва да се обърне на:

- величината на дълготрайните материални активи, както и на наличието на подходяща амортизационна политика по отношение на най-бавно ликвидните от тях;
- начина, по който е финансирано придобиването на дълготрайните активи. Обичайно, за да е налице конкурентно предимство е необходимо придобиването на дълготрайни активи да е извършено преимуществено за сметка на собствени източници. Приема се, че е налице конкурентно предимство, когато стойността на коефициента, представляващ съотношение сумата на собствения капитал и нетекущите пасиви има стойност не по малка от единица.

При извършването на преценка за конкурентоспособността следва да се анализира и оцени и т.нар. интелектуален капитал – дълготрайните нематериални активи. Доколкото същите често не се отразяват във финансовите отчети на предприятието, когато са вътрешноразработени за дружеството, то тяхното съществуване увеличава дългосрочното предимство пред конкуренцията, но остава скрито за инвеститорите. И тъй – като не може да се измери пряко, то с оглед установяването му би могло да се извърши сравнителен анализ на приходите за период от 5 до 10 години. Наличието на положителна тенденция в способността да се генерират приходи и печалби за толкова продължителен период от време би доказало наличието на трайно конкурентно предимство и съпътстващия го дългосрочен потенциал за печалба.

Материалните запаси (особени продукция и стоки) в предприятията, характеризирани се с трайно конкурентно предимство, не се променят и не подлежат на „морално остаряване“. В предприятията с дългосрочни конкурентни предимства показателите, изразяващи промени в материалните запаси и в нетната печалба за продължителен период от време (5-10 год.) имат възходяща тенденция (Костова, 2012).

Като финансов индикатор за наличие на конкурентно предимство се приема и пониският процент на стойността на текущите вземания от клиенти спрямо обема на нетните приходи от продажби в сравнение с конкурентни предприятия за продължителен период от време. По отношение на вземанията от клиенти следва да се анализира и периода на

събирането им, като предвид спецификата на стопанската дейност би могло да се приеме че оптималните стойности на този показател са до 30 дни.

Анализът на паричните средства както в краткосрочен, така и в дългосрочен план е с особено голямо значение. Ниският размер на паричните средства предполага, че предприятието има слаби икономически основи и е изложено на рискове. И обратно – когато паричните средства се натрупват пред ръководството стои проблема как да инвестира паричния излишък. При обследване на продължителен период от време, конкурентно предимство би било налице, ако високият ръст на паричните средства е съпроводен с нисък ръст на задълженията, което може да се приеме за индикатор, че той е следствие от оперативната дейност на предприятието.

Дългосрочните задължения са важни за преценката на дългосрочното конкурентно предимство. Като правило, предприятия с конкурентни предимства се нуждаят от малък размер или въобще нямат необходимост от ползване на дългосрочен привлечен ресурс. Поради това, тези от тях, които притежават конкурентни предимства, често нямат дългосрочни задължения, защото са достатъчно печеливши и на практика самофинансират дейността си.

При анализът на текущите задължения, следва да се има предвид, че ако те за продължителен период от време превишават нетекущите, то това може да се приеме за индикатор за загуба на конкурентни предимства.

Едно предприятие има здрави финансови основи, когато сумата на краткотрайните активи надвишава сумата на дълговете с поне 5-10 %.

Въз основа на информацията, съдържаща се в пасива на счетоводния баланс се анализира и финансовата структура на предприятията. За целта се изследва съотношението пасиви към собствен капитал. Предприятия, които са конкурентоспособни използват способността си да генерират печалба, за да се самофинансират. Следователно при равни други условия, такива предприятия би трябвало да притежават по-високо ниво на собствен капитал.

Конкурентно предимство е налице и когато предприятието увеличава нетната си стойност, реализирайки печалба. Именно темпът на растеж на неразпределените печалби за период не по-кратък от 5 години е добър показател на наличието на дългосрочни конкурентни предимства. Следва да се има предвид, че предприятия с изключително високи конкурентни предимства често не използват изцяло печалбата си за самофинансират дейността си, а я разпределят и под формата на дивиденди. Това налага при изследване на конкурентните предимства да се изчисляват, както показателите за годишната нетна печалба, така и тези за разпределените дивиденди. Периодът за който се извършва анализа не би следвало да е по-кратък от 5 години. Ако ежегодно се генерира печалба с определен темп на нарастване и ежегодно се разпределят дивиденди, то въпреки всичко предприятието следва да се идентифицира като такова с високо конкурентно предимство.

#### **Оценка на конкурентното предимство на база отчета за приходите и разходите (отчета за печалбата или загубата).**

Въз основа на анализа на отчета за приходите и разходите, се определя източникът на печалбата на дружеството, който често е по-значим от самите печалби.

Важен показател е брутната печалба. Въз основа на нея се изчислява коефициента на рентабилност на приходите като отношение на брутната печалба към приходите. Приема се, че колкото по-високи са стойностите на този коефициент, толкова по-конкурентоспособно е предприятието. Ниските стойности най-често свидетелстват, че предприятието оперира в отрасъл със силна конкуренция и не притежава конкурентни предимства.

Важно значение има и съпоставянето на нетните приходи от продажби с общите приходи. Ако в дадено предприятие за продължителен период от време стойността на този коефициент е висока, то най-вероятно то е конкурентоспособно.

За наличието на конкурентни предимства е важно и относителният дял на разходите за оперативна дейност при формирането на брутната печалба да се запазва. Когато се преценяват конкурентните предимства, колкото по-ниски са разходите за оперативната дейност, толкова по-конкурентоспособно е предприятието.

Като правило може да се каже, че в предприятие с високо ДКП относителния дял на разходите за лихви в оперативната печалба е по-малък от 15 % (Костова, 2011).

Анализът на годишната нетна печалба се извършва за дълъг период, като целта е да се установи - възходяща тенденция в изменението ѝ и тази тенденция да е последователна във времето. Ако тези двете условия са налице, то може да се каже, че предприятието притежава конкурентни предимства. Съществува правило, че дадено предприятие, за да е с трайно конкурентно предимство, трябва да има годишна нетна печалба, която е достатъчно голяма и размерът ѝ умножен по 3 (или по 4) да е по-голям от дългосрочния дълг през продължителен период от време (Костова, 2011).

### **Оценка на конкурентното предимство на база отчета за паричните потоци**

За установяване наличието на конкурентно предимство на дадено предприятие първостепенно значение има дали нетния паричен поток от основната дейност е положителен или отрицателен. Наличието на положителен нетен паричен поток от основната дейност може да се приеме като индикатор за ликвидност и стабилност.

Паричните потоци от инвестиционна дейност отчитат т.нар. „капиталови разходи“. Като правило предприятие с конкурентни предимства използват по-малка част от печалбите си за капиталови разходи. От гледна точка на стратегическия финансов анализ е прието да се сумират капиталовите разходи за последните десет години, а също така и нетните печалби за същия период, след което да се извърши сравнение на получените суми. Ако сумата на капиталовите разходи е по-голяма от сумата на нетната печалба възниква въпроса как предприятието е финансирало тези разходи. В предприятията с трайно конкурентно предимство нетната печалба следва да е по-голяма от капиталовите разходи.

В паричните потоци от финансова дейност съществено място заемат изходящите потоци за изплатени дивиденди, обратно изкупени акции и облигации. Приема се, че единствено предприятия с конкурентни предимства могат да си позволят подобни операции.

### **Заклучение**

В разработката са изследвани същността и спецификите на конкурентоспособността в теоретичен аспект. Представени са както някои от най-често използваните подходи за анализ на конкурентоспособността, така и подход, който е основан преди всичко на изчисляването на финансови показатели. Според авторът този подход би могъл да се превърне в ключов момент при определянето на управленските приоритети предвид информацията, която предоставя за конкурентите на всяко едно предприятие. За съжаление към настоящия момент в България все още липсват достатъчно емпирични изследвания по темата.



## Използвана литература

1. Балева, В. (2009) Критерии и показатели за оценка конкурентоспособността на стоките. // Икономически алтернативи, София: УНСС.
2. Антонова, Д., В. Гединач (2008) Конкуренцията като универсален инструмент за регулиране на социално-икономическите отношения, Научни трудове на Русенския университет, том 47, Серия 6.1, Русе,
3. Костова, Н. (2011) Финансовият анализ при дългосрочното конкурентно предимство. Год. Икон. унив. - Варна , 83, с. 120 - 154.
4. Осипова, Е. С., В. В. Яковлевич. (2018) Резерви роста конкурентоспособности банка ВТБ на российском рынке, Вопросы экономики и права, №3 (117), Москва, с. 45-48.
5. Кръстев, Б. (2021) Анализ на конкурентоспособността на търговските банки в България в условията на пандемията Covid-19. Годишник на ВУАРР, Академично издателство „Талант“, Том IX, Пловдив, стр. 5-39
6. Ненов, Т., Минков, И. (2015) Управление на конкурентоспособността и растежа, Варна: "Наука и икономика".
7. Иванов, Й., (2016) Ценови аспекти на конкурентоспособността, Изд. "Наука и икономика", ИУ-Варна, библи. „проф. Цани Калянджиев“
8. Портър, М., (2004) Конкуреннтното предимство на нациите, София: ИК "Класик и стил".
9. Милушева, В. (2012) Методика за оценка и анализ на конкурентоспособността на индустриалната фирма, Икономически и социални алтернативи, 2012, № 4, с.102-117.
10. Райкова, Е. (2016) Постигане на конкурентоспособност в бизнес организациите, [Online] Available at: <https://dlib.uni-svishtov.bg/handle/10610/3335> [Accessed: 16/10/2023]
11. Колева, Р. (2016) Анализ на конкурентоспособността на бизнеса чрез използване на BSC, Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания : Международна научна конференция – Свищов.

### Информация за контакт с автора:

гл. ас. д-р Цветомир Манолов  
Икономически университет – Варна  
E-mail: [wt\\_varna@ue-varna.bg](mailto:wt_varna@ue-varna.bg)

# ДИНАМИКА НА ПОТРЕБИТЕЛСКАТА ЧУВСТВИТЕЛНОСТ КЪМ ЦЕНАТА НА ОРГАНИЧНИТЕ ХРАНИ В УСЛОВИЯТА НА ПОВИШЕНА ИНФЛАЦИЯ

гл. ас. д-р Стоян Хадживеличков  
Икономически университет – Варна

## DYNAMICS OF CONSUMER PRICE SENSITIVITY TO ORGANIC FOOD IN THE CONTEXT OF INCREASED INFLATION

Chief Assist. Prof. Stoyan Hadjiveličkov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Докладът представя резултатите от изследване на динамиката на потребителската чувствителност към цената на органичните храни в периоди на повишена инфлация, а така също и влиянието на субективния доход върху тази динамика. Направено е емпирично изследване, с дескриптивен дизайн, което доказва повишаване на потребителската чувствителност към цените на органичните храни, в условията на повишена инфлация. Констатирано е значимо влияние на субективните възприятия за дохода на потребителите, върху ценовата чувствителност.

*Ключови думи:* ценова чувствителност, субективен доход, инфлация, органични храни

*JEL Класификация:* M310

### Abstract

The report presents the findings of an empirical study on the impact of inflation and subjective income on consumer sensitivity to the price of organic food. The study shows that consumers are more sensitive to the prices of organic food during periods of inflation. Additionally, the study found that subjective perceptions of income have a significant impact on price sensitivity. The research used a descriptive design to arrive at these conclusions.

*Keywords:* price sensitivity, subjective income, inflation, organic foods

*JEL Classification:* M310

### Въведение

В своята стратегия „От фермата до вилницата“<sup>1</sup> Европейската комисия постави целта, до 2023 г. 25% от земеделската земя в ЕС да бъде обработвана по биологичен начин, като през 2021 г. тя е 9,9 %. Някои страни се справят по-добре от други, като на челни позиции са Австрия с 25,3%, Естония 19,5% и Швеция 18,5%. България е далеч назад, с едва 1,9% обработваеми земи, отредени за биологично земеделие. Слабо развитото производство на органични храни в България кореспондира със слабо развитото потребление на такива – по данни на FiBL/ IFOAM (2023) те заемат само 1,0 % от пазара на храни, като продажбите на дребно на органични храни на глава от населението са едва 4,80 евро, при 104,3 евро средно за ЕС<sup>2</sup>. Слабо развитата аграрна база е предпоставка за сравнително изоставащото развитие на индустрията за производство на органични храни, респ. пропускането на възможности за заемане на позиции на местния и на други

<sup>1</sup> Farm to Fork strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system

<sup>2</sup> The World of Organic Agriculture, Statistics and Emerging Trends 2023

европейски пазари. За да бъде постигнато устойчиво и растящо органично производство в България, е нужно устойчиво и растящо потребление на органични храни в страната.

Органичните храни са възприемани за по-здравословни в сравнение с конвенционалните и се счита, че те осигуряват хранене с по-малко вреда за човешкото здраве и околната среда. Това породило продължителен и сравнително устойчив ръст на потребителския интерес към тях, респ. и на устойчив ръст на пазара им, в глобален мащаб. Необходимо е да се отбележи, че този ръст не е равномерен в различните страни и географски региони на Европа – той е много по-забележим в индустриално развитите страни на Западна Европа, отколкото в страните от източната част на континента. Въпреки безспорните предимства на храните, произведени при спазване изискванията за биологично производство, дори и сред високо образованите потребители понякога се констатира значително неразбиране и объркване относно контекста на здравословната храна (Abdül, Dinçer, Arslan, Okutan, Dil, 2023)

Доброто познаване и разбиране на възприятията и поведението на потребителите към органичните храни е важно за вземането на адекватни маркетингови решения и политики.

Широко разпространено е разбирането, че органичните продукти са по-скъпи от конвенционалните продукти поради сравнително по-високите си производствени разходи. Ефектът на цената върху поведението на потребителите спрямо органичните храни е широко дискутиран в научната литература, като в предходно наше изследване се установява склонност на потребителите да заплащат по-висока цена – „био премия“ за органичните продукти (Хадживеличков, Николаева, 2013), а някои автори считат, че търсенето на тези продукти е по-чувствително към цената от това на конвенционалните храни (Kasteridis & Yen, 2012; Schröck, 2013, Tavares et al., 2021)

Същевременно, под влияние на различни глобални, регионални и местни фактори, през последните няколко години се наблюдава процес на повишена инфлация в Европа, като България е сред страните в които равнището на инфлация (общо 25,0% за периода 01.2020-12.2022)<sup>3</sup> е по-високо от средното за ЕС 27 (11,6% за същия период)<sup>4</sup>. Повишаването на инфлацията поражда разнопосочен поведенчески отговор в различните потребители, повлиян в значителна степен от техните възприятия за инфлация. Възприятията на хората често се различават от реалността. Според Ravi Dhar (2022) те не са логични, а са психологически, а това означава, че потребителските възприятия за инфлация не се основават на действителните промени в цените на пазара, а на промените, които привличат вниманието им. Това са онези промени, които се отразяват на техните субективни възприятия за благосъстояние, финансова удовлетвореност и най-вече за доходи. Различните модели на харчене в условията на увеличени цени на стоките и услугите водят до неравен инфлационен опит на потребителите, наричан инфлационно неравенство. (Li, Wei, Xu, 2017). Обективната реалност на инфлацията се проектира в поведението на потребителите посредством техните субективни възприятия за доход. Субективните възприятия за доходите им са в основата на следваните от потребителите модели на харчене.

Динамиката на инфлационните процеси и тяхното фактическо и възприемано въздействие върху поведението на потребителите на сравнително по-скъпите и считани за премиумни, органични храни, е многостранен изследователски проблем, чието изясняване може да подпомогне маркетинговата практика.

Това изследване е фокусирано върху един от аспектите на този проблем, като целта му е да се установи дали и как се променя чувствителността на потребителите към цената на органичните храни, в условията на повишена инфлация

<sup>3</sup> Национален Статистически Институт, Калкулатор на инфлацията

<sup>4</sup> Macrotrends, European Union Inflation Rate 1960-2023

Обект на изследването е пазарът на преработени органични храни, като за осигуряване на по-добра сравнимост, обектът е сведен до пазара на органичен хляб.

Предмет на изследването е потребителската чувствителност към цената на био храните и нейната динамика, като под чувствителност към цената разбираме мярка за това доколко цената на стоките влияе върху желанието на клиентите да ги купуват. В обхвата на предмета влиза и субективното възприятие за инфлация и по-конкретно нейната рефлексия върху субективните доходи на потребителите.

## **Методика**

### *Дизайн на изследването*

Изследването е проведено в две фази: формулативна и емпирична. В първата фаза, на основата на задълбочен анализ на научната литература в проблемната област и чрез серия от дълбочинни интервюта с типични потребители, са формулирани изследователските хипотези.

Емпиричното изследване е с дескриптивен дизайн. Първичните данни са събрани в квотна извадка, като респондентите са рекрутирани онлайн. Размерът на извадката е 99 респонденти, които са потребители на органични храни. За квотиращи признаци са използвани „доход“<sup>5</sup> и „пол“. Допитването е проведено през м. септември 2023 г.

### *Изследователски хипотези:*

H1: Повишаването равнището на инфлация поражда динамика в потребителската чувствителност към цената на органичните храни

H2: Субективните възприятия на потребителите за дохода оказват значимо влияние върху тяхната чувствителност спрямо цената на органичните храни.

H3: Съществува връзка между възрастта на потребителите и тяхната чувствителност към цената на органичните храни.

H4: Полът на потребителите влияе на тяхната чувствителност към цените на органичните храни.

### *Аналитични методи и променливи*

#### *Потребителска чувствителност към цената*

Както бе посочено по-горе, потребителската чувствителност към цената (PSC) е показател за това, доколко цената на стоките влияе върху желанието на клиентите да ги купуват.

Когато потребителският отговор на промяната в цената се разглежда в рамките на целия пазар, най-подходяща метрика за чувствителността към цената би била ценовата еластичност на търсенето. За целите на настоящото изследване, обаче е нужно разбирането за поведението на отделния потребител или по-точно на пазара, възприеман като съвкупност от индивидуалните решения и поведение на потребителите, които го съставляват. Ето защо, за проверката на H1 е предпочетен методът за измерване на чувствителността към цената (PSM), разработен от Peter Van Westendorp (1976). Този метод дава възможност за очертаване на ценови диапазон, в който потребителите считат цената на стоката за приемлива. PSM извлича възприеманата стойност на продукта като посредством четири въпроса се определя зоната, намираща се между субективната оценка на респондента за „твърде евтин“ (с неприемливо ниско качество), „евтин“ (изгоден), „скъп“ (приемливо скъп) и „твърде скъп“ (неприемливо скъп). Предимство на метода е, че въпросите се разбират лесно от респондентите и отговарянето не им отнема много време.

Методът включва изчисляването на кумулативната честота на ценовите равнища, посочени от респондентите за всеки от четирите въпроса и графично определяне на равнището на:

---

<sup>5</sup> Номиналният доход е използван само като признак при формирането на извадката.

- Пределно евтината цена (MCP<sup>6</sup>), под която повечето купувачи биха счели продукта за твърде евтин и с неприемливо ниско качество- това е пресечната точка между линиите за „твърде евтин“ и „скъп“.

- Пределно скъпата цена (MEP<sup>7</sup>) е пресечната точка на линиите за „евтин“ и „твърде скъп“. Ако цената е по-висока от това равнище, повечето купувачи биха се въздържали от покупка, понеже считат, че цената надвишава ползата от продукта.

Тези две ценови равнища определят границите на диапазона на приемливата за потребителите цена (RAP<sup>8</sup>)

$$MCP < RAP < MEP$$

Обхватът на диапазона за приемлива цена, изчислен като разлика между MEP и MCP може да се разглежда като индикатор за потребителската чувствителност към цената: по-широкият диапазон показва по-ниска ценова чувствителност, респ. стесняването му - повишаване чувствителността. Чрез проследяване изменението в ширината на диапазона през отделни, последователни времеви периоди, може да се съди за динамиката в ценовата чувствителност на потребителите.

$$\Delta RAP = RAP_t - RAP_{t-1}$$

Ето защо за проверката на първата хипотеза, H1, като база за сравнение са използвани и данните от идентично изследване, проведено от нас, през м. януари 2020<sup>9</sup> г. в квотна извадка, с размер 127 респонденти, формирана по същите квотиращи признаци.

В рамките на RAP се извлича и точката на оптималната цена (OPP<sup>10</sup>) – това е пресечната точка между линиите за „твърде евтин“ и „твърде скъп“, като тя е онова ценово равнище, което среща най-малко съпротива сред потребителите и най-много от тях я възприемат като справедлива. Проследена хронологично, тя може да бъде индикатор за посоката в която се променя потребителската чувствителност към цената.

$$\Delta OPP = OPP_t - OPP_{t-1}$$

Като стимул при провеждането на полевите процедури е използвано фотоизображение на органичен хляб от лимец, придружено от вербално описание на неговите продуктови характеристики. В описанието отсъстват данни за цената. Изборът на този продукт е направен поради доброто му познаване от страна на потребителите на органични храни, сравнително високата честота на неговото потребление, липсата на изразена сезонна или друга цикличност на потреблението, широка разпространеност в специализираната търговска мрежа, високата степен на универсалност на хляба като храна и заместител на други храни, както и достъпността до други, в т.ч. био и конвенционални заместители.

Субективен доход

Субективната оценка на дохода (SEI) предлага холистичен поглед върху финансовия опит на хората, като вземат предвид техните чувства, вярвания и емоции, свързани с доходите и богатството. Тя намира приложение в изследванията в различни проблемни

<sup>6</sup> MCP, point of marginal cheapness

<sup>7</sup> MEP, point of marginal expensiveness

<sup>8</sup> RAP, range of acceptable prices

<sup>9</sup> Данните за това изс са от квотна извадка от 127 респонденти, със същите квотиращи признаци и начин на рекрутиране.

<sup>10</sup> OPP, optimal price point

области – статистика на труда, статистика на благосъстоянието, потребителско поведение и др. SEI е израз на разбирането, че полезността на една стока често зависи от притежаването и потреблението на други стоки. По този начин стойността на доходите може да варира в зависимост от разходите на едно и също лице и това, което то вече притежава. Предвид уникалността на обстоятелствата, в които живее всеки индивид, като най-адекватен за целта на изследването е възприет подход на самооценка, при който респондентът посочва доколко доходите му са подходящи да допринасят за преследването на личните му цели и поддържането на социалните му роли.

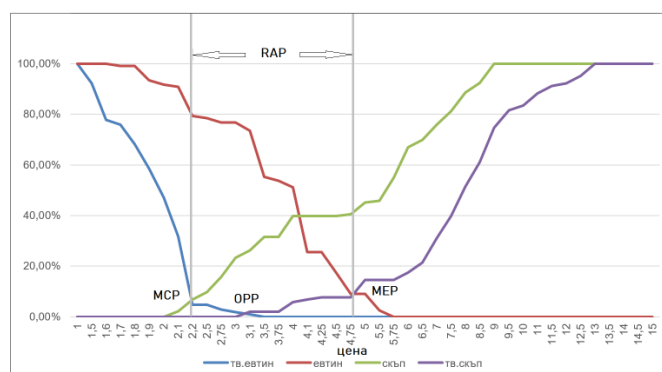
За измерване на SEI, респондентите са запитани, как оценяват равнището на своите доходи, с оглед посрещането на техните текущи и дългосрочни разходи. Използвана е ординална скала с пет категории „винаги са недостатъчни“, „в повечето случаи са недостатъчни“, „понякога са недостатъчни“, „в повечето случаи са достатъчни“ и „винаги са достатъчни“.

Като измерител на зависимата променлива „чувствителност към цената“ (PSC), при тестването на H2 е използвана дистанцията в индивидуалните оценки на респондентите, изчислена като разлика между стойностите за „евтин“ (изгоден), и „скъп“ (приемливо скъп). Според нас, от перспективата на отделния потребител, този измерител описва по-правдиво ценовия диапазон, в който потребителят е вероятно да направи покупка, отколкото диапазонът между „твърде ниска“ и „твърде висока“ цена. По-високата числова стойност на този измерител означава по-широк ценови диапазон на приемлива цена за респондента, респ. по-ниска ценова чувствителност. Аналитичният метод, избран за проверка на H2 е теста на Jonckheere-Terpstra за ординални алтернативи. Той е предпочетен пред Kruskal-Wallis, понеже отчита по-прецизно ординалния характер на групите в хипотезираната независима променлива, SEI, а така също и поради ординалния характер на зависимата променлива, PSC

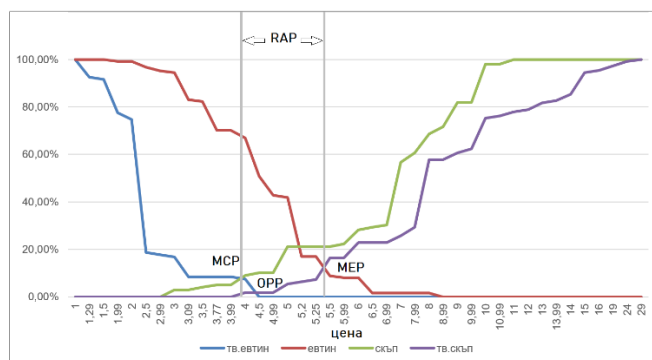
Поради типа на данните и предполагаемата монотонна асоциация между променливите, за проверката на H3 е направен непараметричен корелационен анализ на Spearman, а H4 е проверена с H тест на Kruskal-Wallis.

## Резултати

При графичното определяне на чувствителността към цената и проследяването на нейната динамика през наблюдавания период се забелязва значително стесняване диапазона на приемливата цена, RAP, като от 2,55 в началото на периода, той се стеснява до 1,50 в края му, което показва процес на увеличаване на чувствителността към цената.



Фигура 1. Чувствителност към цената през 2020 г.



Фигура 2. Чувствителност към цената през 2023 г.

Таблица 1

Числови стойности на измерителите за чувствителност към цената

	2020	2023	Δ
<b>MCP</b>	2,20	4,00	
<b>MEP</b>	4,75	5,50	
<b>RAP</b>	2,55	1,50	1,50
<b>OPP</b>	3,10	4,50	1,40

Стойността на оптималното равнище на цената се увеличава с 1,40, което демонстрира положителна динамика в очакванията на потребителите относно цената на потребителите, в рамките на периода на общо покачване на цените.

Тези резултати потвърждават H1 - през наблюдавания период на висока инфлация е налице висока динамика в потребителската чувствителност към цената на био храните, изразяваща се в стесняване диапазона на приемливата цена RAP и увеличаване равнището на оптималната цена, OPP. Те са готови да заплащат по-висока цена за органичните храни, но дори и малки промени в цената могат да породят въздържание от покупката им.

Проверката на H2 потвърждава наличието на значима връзка между субективните възприятия за доходите на потребителите и тяхната чувствителност към цената на био храните.  $TJT = 2802.00$ ,  $z = 5.872$ ,  $p < 0.0005$ . При потребителите с по-високи субективни доходи се наблюдава по-широк диапазон на приемлива цена, т.е. те са с по-ниска чувствителност към цената на био храните. Потребителите с по-ниски доходи проявяват по-висока чувствителност към цената на био храните.

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of PSC is the same across categories of SEI.	Independent-Samples Jonckheere-Terpstra Test for Ordered Alternatives	,000	Reject the null hypothesis.

Фигура 3. Връзка между субективния доход (SEI) и чувствителността към цената (PSC)

Не е установена значима връзка между възрастта на потребителите и тяхната чувствителност към цените на органичните храни, поради което H3 не се потвърждава.

			възраст	PSC
Spearman's rho	възраст	Correlation Coefficient	1,000	,125
		Sig. (2-tailed)	.	,219
		N	99	99
PSC	PSC	Correlation Coefficient	,125	1,000
		Sig. (2-tailed)	,219	.
		N	99	99

**Фигура 4. Връзка между възрастта на потребителите и чувствителността към цената (PSC)**

Тестът Kruskal-Wallis H показва, че няма статистически значима разлика между ценовата чувствителност при мъжете и при жените.  $\chi^2(2) = 0,80$ , *Asymp. Sig. p* = 0,777, следователно хипотеза H4 не се потвърждава.

### **Заклучение**

Резултатите от направените анализи дават основание да се заключи, че през периодите с повишена инфлация се наблюдава:

- значително по-висока чувствителност към цената на органичните храни. Това поражда необходимостта от прецизно ценообразуване, в рамките на диапазона на приемлива цена;
- промяна в потребителските очаквания за повишено равнище на оптимална цена на продукта. Това е предпоставка за положителен потребителски отговор на повишената цена, ако нейното равнище е близо до това на оптималната цена.
- различна динамика на ценовата чувствителност, в зависимост от равнището на субективни доходи на потребителите. Диапазонът на приемливата цена е по-тесен при потребителите с по-ниски субективни доходи, което е важна причина, през такива периоди те да се преориентират към конвенционални храни и заместители.

### **Използвана литература**

1. Хадживеличков, С., Николаева М. (2013), Потребителски нагласи към органичните храни в България, Перспективи пред индустриалния бизнес: Междунар. науч. конф.: Посветена на 60 год. юбилей на кат. Икономика и управление на индустрията: Сб. докл.
2. Dhar, Ravi (2022) How Does Inflation Change Consumer Behavior? Yale Insights, (8) 2022, <https://insights.som.yale.edu/researchers/ravi-dhar> [Accessed: 16/07/2023]
3. Dinçer, M.A.M., Arslan, Y., Okutan, S. and Dil, E. (2023), "An inquiry on organic food confusion in the consumer perception: a qualitative perspective", *British Food Journal*, Vol. 125 No. 4, pp. 1420-1436. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2022-0226> [Accessed: 14/09/2023]
4. Grable, J.E., Cupples, S., Fernatt, F. et al. Evaluating the Link Between Perceived Income Adequacy and Financial Satisfaction: A Resource Deficit Hypothesis Approach. *Soc Indic Res* 114, 1109–1124 (2013). <https://doi.org/10.1007/s11205-012-0192-8> [Accessed: 18/07/2023]



5. Ishaq, M. I., Sarwar, H., & Ahmed, R. (2021). "a healthy outside starts from the inside": a matter of sustainable consumption behavior in Italy and Pakistan. *Business Ethics the Environment and Responsibility*, 30(S1), 61-86. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/beer.12333>
6. Kasteridis, P., & Yen, S. T. (2012). U.S. Demand for organic and conventional vegetables. A Bayesian censored system approach. *The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 56(3), 405-425. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8489.2012.00589.x>.
7. Li Shaoyu, Lijia Wei, Zhiwei Xu, (2017) Dynamic asset allocation and consumption under inflation inequality: The impacts of inflation experiences and expectations, *Economic Modelling*, Vol. 61, 2017, p. 113-125, ISSN 0264-9993, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264999316307222> [Accessed:16/07/2023]
8. Macrotrends, European Union Inflation Rate 1960-2023, <https://www.macrotrends.net/countries/EUU/european-union/inflation-rate-cpi> [Accessed:26/08/2023]
9. Schröck, R. (2013). Quality and endogeneity issues in demand systems. A comparative estimation of price and expenditure elasticities of the demand for organic and conventional vegetables in Germany. *German Journal of Agricultural Economics*, 62, 18-38.
10. Tavares, V., Perez, R., Stringheta, P. C., & Braga, G. B. (2021). Impact of organic certification on the price of ready-to-drink fruit nectars and juices. *Food Science and Technology (Campinas)*, 41(2), 395-403. <http://dx.doi.org/10.1590/fst.01920>.
11. The World of Organic Agriculture, Statistics and Emerging Trends 2023, (2023) Research Institute of Organic Agriculture FiBL/ IFOAM – Organics International, <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf> [Accessed: 01/09/2023]
12. Van Westendorp, P (1976) "NSS-Price Sensitivity Meter (PSM)- A new approach to study consumer perception of price." Proceedings of the ESOMAR Congress
13. НСИ, Калкулатор на инфлацията, <https://www.nsi.bg> [26.08.2023]
14. [https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy\\_en](https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en)

**Информация за контакт с автора:**

*гл. ас. д-р Стоян Хадживеличков*

*Икономически университет – Варна, катедра “Индустиален бизнес и логистика“*

*E-mail: [hvelichkov@ue-varna.bg](mailto:hvelichkov@ue-varna.bg)*

**СЪВРЕМЕННИ ПРАКТИКИ  
В УПРАВЛЕНИЕТО НА БИЗНЕС ПРОЦЕСИ**

**CURRENT PRACTICES  
IN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT**

## АДАПТАЦИЯ НА БИЗНЕС МОДЕЛА В УСЛОВИЯ НА КРИЗА

проф. д-р Евгени Станимиров<sup>1</sup>, доц. д-р Мария Станимирова<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Икономически университет – Варна

## BUSINESS MODEL ADAPTATION IN CRISIS CONDITIONS

Prof. Evgeni Stanimirov, PhD<sup>1</sup>, Assoc. Prof. Mariya Stanimirova, PhD<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Целта на този доклад е да изследва доколко бизнес моделът на компаниите отговаря на условието за функционалност. Изследването е проведено в три аспекта: оценка на връзки и зависимости между бизнес целите на компаниите и пазарното им представяне; фактически редизайн на бизнес модела на компаниите в отговор на настъпили кризи; анализ на връзките между компонентите на бизнес модела и съответстващи елементи на бизнес представянето на компаниите. Емпиричните данни в изследването потвърждават опитите на мениджмънта към установяване на такива бизнес модели, които да изпълняват условието за функционалност. Паралелно с това се потвърждава, че голяма част от компаниите не реагират с необходимия импулс на негативните промени на бизнес средата.

**Ключови думи:** бизнес модел, адаптация, функционалност, позициониране.

**JEL Класификация:** M1, M2, O3

### Abstract

The purpose of this report is to examine how well the companies' business model meets the condition for functionality. The research has been conducted in three aspects: evaluation of connections and dependencies between the business goals of the companies and their market performance; actual redesign of the business model of companies in response to crises; analysis of the relationships between the components of the business model and corresponding elements of the companies' business performance. Empirical data in the study confirm management's attempts to establish such business models that fulfil the functionality condition. At the same time, it is confirmed that a large number of companies do not react with the necessary momentum to the negative changes in the business environment.

**Keywords:** business model, adaptation, functionality, positioning.

**JEL Classification:** M1, M2, O3

### Увод

Фундаментално условие за оцеляване и развитие на всеки бизнес е способността му да създава стойност за клиентите. Това се реализира чрез прилагане на конкретен бизнес модел, на база на който компаниите „правят дизайн на вътрешната си организация и създаването на стойност за бизнеса“ (Vangjel, 2021). Бизнес моделът функционира като полезен концептуален модел за представяне, анализ и иновиране на бизнес логиката на организацията (van de Ven, M. et al., 2023). В този смисъл, дефинирането на бизнес модела се съобразява с перспективата на клиентите, при паралелно отчитане на интересите на компанията за създаване на икономическа стойност (Basile, V, et al., 2021).

Бизнес моделът интегрира в себе си начина на правене на бизнес при съобразяване с условието за функционалност. В този доклад, терминът "функционалност" се свързва със способността на бизнес модела да функционира ефективно и да постига своите цели. Включва способността на бизнес модела да създава стойност за клиентите, при едновременно хармонизиране с бизнес целите на компанията за генериране на икономически резултати. Функционалността на бизнес модела зависи от степента на неговата адаптивност и способност на мениджърите да правят необходимите корекции, особено в контекста на променящата се бизнес среда. Когато става въпрос за функционалност, това от една страна, означава, че е необходимо да се търсят връзки и зависимости между дефинираните бизнес цели и пазарното представяне на компаниите, защото бизнес моделът следва да бъде настроен за постигане на дефинираните бизнес цели. От друга страна е логично да се предположи, че промяната на бизнес средата може да породви необходимост от редизайн на бизнес модела на компаниите. Достатъчно наложена мантра е, че стъпката на промяна в бизнес модела зависи от текущата позиция на съответната компания, както и от дистанцията между настоящо и желано пазарно представяне.

В специализираната литература се изразяват становища (напр. Vangjel, 2021), че лидерите и мениджърите на организациите непрекъснато изпробват нови бизнес модели, които имат потенциал да окажат позитивно въздействие на тяхното конкурентно пазарно представяне. Дали редизайнът е стремеж на мениджмънта и дали тези промени реално влияят на бизнес представянето, подлежи на доказване. Безспорно, обаче е, че бизнес моделът е адаптивна система, която изисква фина пренастройка от страна на мениджмънта в случай на необходимост.

В специализираната литература се отчита, че все още няма яснота как малките и средните предприятия променят своя бизнес модел (Guckenbiehl, Corral de Zubielqui, 2022) и как търсят възможности по време на криза (Thorgren, Williams, 2020). Още повече, че има изследвания, доказващи позитивното отражение на Covid-19 върху компании, които печелят от акселерацията на дигиталната трансформация (Nagel, 2020), от улеснената онлайн комуникация при изграждане на мрежи (Giones et al., 2020) и др.

Стъпката за промяна между текущата и желаната пазарна позиция поставя още един въпрос - за оценяването на промяната в бизнес модела на компаниите (van de Ven, M., et.al., 2023; Nielsen et al., 2018; Burkhart et al., 2011). В тази връзка се извеждат множество показатели за оценка на бизнес модела, групирани както следва: предложение за стойност (представяне, свързано с продукта, услугата и цената); ключови дейности (развитие, производство и осигуряване на услуги); ключови ресурси (представяне, свързано с физически активи, интелектуални ресурси и др.); ключови партньори (изграждане на мрежи, споделяне на знания); паричен поток (финансово представяне); пазарно представяне (стратегическо позициониране) и др. Извеждането на такива показатели е важно за всеки бизнес, защото могат да подпомогнат мениджмънта да опознае структурата и взаимните влияния между отделните компоненти на бизнес модела, с което да направи по-адекватен неговия дизайн и при необходимост - да подпомогне процеса на редизайн.

*Целта на този доклад е да изследва доколко бизнес моделът отговаря на условието за функционалност.* В тази връзка се поставят две изследователски задачи: 1) Оценка на зависимостта между дефинираните бизнес цели и пазарното представяне на компаниите; 2) Анализ на връзките между компонентите на бизнес модела и съответстващи елементи на бизнес представянето на компаниите.

## Адаптация на бизнес модела на компаниите – анализ на резултатите и дискусия

В изследването са включени мениджъри на 229 компании, обособени в 3 групи: с негативно, неутрално и позитивно въздействие на кризите от последните 3 години върху бизнеса им. Данните за изследването са събрани посредством пряка персонална анкета. Използваните методи за обработка на данните са: трансформация на първичните данни чрез обратна тригонометрична функция ATAN за преминаване от биномно към нормално разпределение; дескриптивна статистика; проверка на статистически хипотези чрез  $\chi^2$ -анализ; единичен регресионен анализ.

Изследването е осъществено в четири разреза:

1. Реакция на компаниите по отношение на редизайн на бизнес модела при настъпване на кризисна ситуация (4 степенна скала: от 1 - „никаква промяна“ до 4 – „тотална промяна“).

2. Пазарно представяне на компаниите – оценена посредством два показателя: 1) конкурентно позициониране спрямо трите основни конкуренти (използвана е 5-степенна скала: от 1 – „много по-лошо позиционирани“ до 5 – „много по-добре позиционирани“); 2) по-добра стратегия за развитие на компанията - оценена по 4-степенна скала – от 1 – „изобщо не се отнася“ до 4 – „категорично се отнася“).

3. Конкурентно позициониране по компоненти, свързани с тези на бизнес модела – използвана е 4-степенна скала – от 1 – „изобщо не се отнася“ до 4 – „категорично се отнася“.

4. Съответствие на фирмените цели на общата пазарна конюнктура по критерия „реалистичност на целите“. За целта е използвана 5-степенна скала – от 1 – „категорично не“ до 5 – „категорично да“.

В хора на изследването са тествани 11 хипотези, свързани с: наличие / липса на връзка между реалистично формулираните цели и пазарното позициониране на компаниите (H1); наличие / липса на връзка между реалистично формулираните цели и по-добрата стратегия за развитие на компаниите (H2); промяна / липса на промяна в компонентите на бизнес модела при настъпване на кризи (H3); функционалност на бизнес модела посредством тестване за наличие / липса на връзки между компонентите на бизнес модела и съответстващи им елементи на конкурентното позициониране на компаниите (H4 – H12).

Данни за тестването на хипотези H1 и H2 са представени в таблица 1.

Таблица 1

### Връзка между дефинираните цели, пазарното позициониране и стратегиите на компаниите

Оценявани ефекти	Негативно повлияни компании		Неутрално повлияни компании		Позитивно повлияни компании	
	R <sup>2</sup>	Sig.	R <sup>2</sup>	Sig.	R <sup>2</sup>	Sig.
Цели - Позициониране	8,1%	0,010	-	-	18,1%	0,010
Цели - Стратегия	-	-	-	-	21,8%	0,000
Стратегия - Позициониране	25,2%	0,000	22,6%	0,001	20,1%	0,000

От данните в таблица 1 могат да се направят няколко по-съществени изводи:

*Първо.* Хипотезите за наличие / липса на връзки между реалистично дефинираните цели и пазарното позициониране (Н1), от една страна, и между реалистично формулираните цели и по-добрата стратегия на компаниите (Н2) частично се потвърждават. Не е изненадващо, че именно при позитивно повлияните от кризите компании, се установява детерминация от около 20% на целите върху стратегиите и пазарното позициониране. Това може да се свърже с по-адекватното управление на въпросния тип компании.

*Второ.* Не е изненадващо, че и при трите типа компании има стабилна и статистически значима детерминираща способност (от над 20%) на стратегията върху пазарното позициониране.

Хипотеза Н3, свързана с промяна / липса на промяна в компонентите на бизнес модела при настъпване на кризи, също се потвърждава (таблица 2).

Данните в таблица 2 показват наличие на реакция от страна на мениджърите, независимо от това, че реакцията е с по-нисък интензитет от очаквания. Логично най-бурно реагират негативно повлияните компании, но техните действия се заключават основно до: обслужвани клиенти, ключови дейности и разходна структура. Дори част от тази реакция може да е провокирана не целенасочено отвътре навън, а обратно по инициатива на пазара. Позитивно повлияните компании имат най-консистентна позиция от гледна точка на бизнес модела като система – при тях се регистрира по-силна реакция в сравнение с неутрално повлияните компании.

**Таблица 2**

**Степен на промяна на бизнес модела при настъпване на кризата (по типове компании)**

Елементи на бизнес модела	Негативно повлияни		Неутрално въздействие		Позитивно повлияни	
	Ср. оценка	Мода	Ср. оценка	Мода	Ср. оценка	Мода
Обслужвани клиенти	2,6	3	1,9	2	2,2	2
Стойностно предложение (комбинация от предлагани продукти и/или услуги)	2,3	3	1,7	1	2,2	3
Използвани дистрибуционни канали	2,3	2	1,8	2	2,4	3
Начин на взаимодействие и комуникация с клиентите	2,3	3	1,9	1	2,3	3
Източници на приходи за компанията	2,4	3	1,6	1	1,9	1
Ключови ресурси на компанията	2,3	3	1,7	2	2,1	2
Ключови дейности, за да функционира бизнес модела	2,5	3	1,5	1	2,0	2
Ключови партньори	2,2	2	1,7	2	1,8	2
Разходна структура на компанията	2,9	3	1,9	2	2,2	2

Функционалността на бизнес модела е тествана посредством множество хипотетични зависимости (Н4 – Н12) между компонентите на бизнес модела и съответстващи им елементи на конкурентното позициониране на компаниите (таблица 3).

Таблица 3

**Зависимости между компонентите на бизнес модела и съответстващи им елементи на конкурентното позициониране по типове компании**

Тествани хипотези	Тип компании	Cramer's V (коэф. на Крамер)	Sig.	Наличие / липса на връзка
<b>Н4</b> - Обслужвани клиенти – Стратегия за развитие на компаниите	Негативно	0,235	0,012	Да
	Неутрално	0,484	0,003	Да
	Позитивно	0,426	0,002	Да
<b>Н5</b> – Стойностно предложение – Качество на продуктите	Негативно	0,243	0,019	Да
	Неутрално	0,362	0,024	Да
	Позитивно	0,119	0,800	Не
<b>Н6</b> – Използвани дистрибуционни канали – Управление на взаимоотношенията с посредници	Негативно	0,374	0,000	Да
	Неутрално	0,351	0,102	Не
	Позитивно	0,313	0,048	Да
<b>Н7</b> – Взаимодействие с клиентите – Качество на обслужване	Негативно	0,209	0,083	* <sup>1</sup>
	Неутрално	0,282	0,146	Не
	Позитивно	0,499	0,000	Да
<b>Н8</b> – Източници за приходи - Ценообразуване	Негативно	0,232	0,033	Да
	Неутрално	0,310	0,219	Не
	Позитивно	0,232	0,033	Да
<b>Н9</b> – Ключови ресурси – Притежавана информация за пазари, продукти и технологии	Негативно	0,318	0,000	Да
	Неутрално	0,377	0,016	Да
	Позитивно	0,238	0,161	Не
<b>Н10</b> – Ключови дейности – Системи за управление на качеството	Негативно	0,234	0,014	Да
	Неутрално	0,285	0,136	Не
	Позитивно	0,165	0,788	Не
<b>Н11</b> – Ключови партньори – Сътрудничество с други компании	Негативно	0,321	0,000	Да
	Неутрално	0,117	0,882	Не
	Позитивно	0,354	0,024	Да
<b>Н12</b> – Разходна структура – Разходи за дейността	Негативно	0,295	0,000	Да
	Неутрално	0,703	0,000	Да
	Позитивно	0,251	0,276	Не

<sup>1</sup> Има връзка при риск за грешка от 10%.

Представените в таблица 3 данни насочват към извод, че хипотези от H4 до H12 се потвърждават напълно или частично. Напълно се потвърждава хипотеза H4 за наличие на връзка между типа на обслужваните клиенти и по-добрата стратегия за развитие на компанията. Останалите хипотези (H5 – H12) се потвърждават частично, като при неутрално и позитивно повлияните от кризите компании няма статистически значима връзка между ключовите дейности за функциониране на бизнес модела и по-добрите системи за управление на качеството (H10).

Всяка от деветте хипотези (H4 – H12) има по три подхипотези, което означава, че общият брой на тестваните зависимости, представени в таблица 3 е 27. От тях в 9 случая се констатира, че липсват статистически значими връзки между компонентите на бизнес модела и съответстващите им елементи на конкурентното позициониране. Интересно е, че всички 9 случая се отнасят за компании, които са повлияни позитивно (4 случая) или неутрално (5 случая) от кризите. Причина за това може да се търси в реакциите на мениджмънта по отношение на адаптация на бизнес модела в отговор на кризисна ситуация. Друга причина може да бъде априори по-доброто позициониране на съответния бизнес и респективно – по-слабата реактивност към промяна на бизнес модела във връзка с търсене на още по-благоприятна пазарна позиция.

### **Заклучение**

Емпиричните данни в изследването потвърждават опитите на мениджмънта към установяване на такива бизнес модели, които да изпълняват условието за функционалност. Позитивно повлияните от кризите компании имат висок коефициент на детерминация на целите върху стратегиите и пазарното позициониране, което може да се отдаде на адекватния им мениджмънт. Същевременно се установява, че при преобладаваща част от компаниите има стабилна и статистически значима детерминираща способност (от над 20%) на стратегията върху пазарното позициониране. Обаче остава един отворен въпрос – защо мениджърите реагират толкова лежерно на негативните промени на бизнес средата. Там, където се наблюдава реакция, последната е ограничена само до три компонента от бизнес модела, което не позволява да се експлоатират позитивни ефекти, свързани с мултипликатора на възможните инструменти за по-добро пазарно представяне. Данните от изследването насочват към извод за наличие на статистически значими връзки между компонентите на бизнес модела и съответстващите им елементи на конкурентното позициониране. Но върху тези връзки тепърва трябва да се обръща повече внимание от страна на мениджмънта, доколкото бизнес моделът е пулсиращ механизъм, чиято кондиция и добра функционалност зависи от множество фактори, които следва да бъдат управлявани.

### **Използвана литература**

1. Basile, V., Capobianco, N. & Vona, R. (2021). The Usefulness of Sustainable Business models: Analysis from Oil and Gas Industry. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*. ERP Environment and John Wiley & Sons Ltd, pp. 1801-1821, DOI: 10.1002/csr.2153.
2. Burkhart, T., Krumeich, J., Werth, D. and Loos, P. (2011). Analyzing the Business Model Concept – A Comprehensive Classification of Literature, in ICIS 2011 Proceedings.
3. Giones F, Brem A, Pollack JM, et al. (2020) Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights* 14: e00186.



4. Guckenbiehl, P., Corral de Zubielqui, G. (2022). Start-ups' business model changes during the COVID-19 pandemic: Counteracting adversities and pursuing opportunities. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship* 2022, Vol. 40(2), 150–177.
5. Nagel, L. (2020) The influence of the COVID-19 pandemic on the digital transformation of work. *International Journal of Sociology and Social Policy* 40(9/10): 861–875.
6. Nielsen, C., Lund, M., Thomsen, P.P., Kristiansen, K.B., Sort, J.C., Byrge, C., Roslender, R., Schaper, S., Montemari, M., Delmar, A.C.P., Lorenzo, S., Paolone, F., Massaro, M. and Dumay, J. (2018) 'Depicting a performative research Agenda: The 4th stage of business model research', *Journal of Business Models*, 6(2), pp. 59–64.
7. Thorgren S and Williams TA (2020) Staying alive during an unfolding crisis: how SMEs ward off impending disaster. *Journal of Business Venturing Insights* 14: e00187.
8. Van de Ven, M., Lara Machado, P., Athanasopoulou, A., Aysolmaz, B., and Turetken, O. (2023), Performance Indicators for Business Models: The Current State of Research, *Journal of Business Models*, Vol. 11, No. 1, pp. 38-57.
9. Vangjel, X. (2021). New business models generated by technological innovation. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, TOM XXX, 2nd Issue, December 2021, pp.26-34.

**Информация за контакт с авторите:**

*проф. д-р Евгени Петров Станимиров*

*Икономически университет – Варна, катедра „Маркетинг“*

*E-mail: stanimirov@ue-varna.bg*

*доц. д-р Мария Радославова Станимирова*

*Икономически университет – Варна, катедра „Аграрна икономика“*

*E-mail: maria\_stanimirova@ue-varna.bg*

## ОСОБЕНОСТИ ПРИ ИЗБОРА НА МЕТОД ЗА ОЦЕНКА НА ИНВЕСТИЦИИ

проф. д-р Росен Николаев<sup>1</sup>, доц. д-р Танка Милкова<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Икономически университет – Варна

## FEATURES OF THE CHOICE OF METHOD OF VALUATION OF INVESTMENTS

Prof. Rosen Nikolaev, PhD<sup>1</sup>, Assoc. Prof. Tanka Milkova, PhD<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> University of economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Възможността за увеличаване на наличния паричен капитал, която осигурява процесът на инвестиране го определя като особено значим в икономиката. Инвестиционният процес винаги е свързан с предварителни анализи и изчисления, на база на които да бъде избран оптимален вариант за инвестиране. В теорията се предлага специален математически апарат въз основа на който да бъде определен оптимален вариант за инвестиране на някаква парична сума. При неговото прилагане има редица особености. В доклада са представени някои особености при избора на подходящ математически апарат за оценка и сравняване на инвестиции като се засяга и проблемът за обучение на студентите по икономика на тези методи.

**Ключови думи:** оценка на инвестиции, сравняване на инвестиции.

**JEL Класификация:** C020

### Abstract

The possibility of increasing the available monetary capital provided by the investment process defines it as particularly significant in the economy. The investment process is always related to preliminary analyzes and calculations on the basis of which to choose the optimal investment option. The theory proposes a special mathematical apparatus on the basis of which to determine the optimal option for investing some amount of money. In its application there are a number of peculiarities. The report presents some peculiarities in the selection of a suitable mathematical apparatus for the evaluation and comparison of investments, as well as the problem of training students in economics of these methods.

**Keywords:** evaluation of investments, comparison of investments.

**JEL Classification:** C020

### Въведение

Възможността за увеличаване на наличния паричен капитал, която осигурява процесът на инвестиране го определя като особено значим в икономиката. Това е процес на влагане на парични средства в активи (акции, облигации, недвижими имоти, материални продукти и др.) в даден момент с очакване в бъдеще да бъдат придобити по-голямо количество парични средства, което да доведе до печалба за инвеститора. Обикновено в икономиката са налични множество възможности за инвестиране на паричните средства и всяка от тях се характеризира с различни параметри – очаквана възвръщаемост, срок за изплащане на инвестицията и др. Предвид това често в практиката се налага да се оценяват и сравняват инвестиции, за да се направи оптимален инвестиционен избор. Затова инвестиционният процес винаги е свързан с предварителни анализи и изчисления, на база на които да бъде избрана най-добрата възможност за инвестиране. В теорията се

предлага специален математически апарат въз основа на който да бъде определен оптимален вариант за инвестиране на някаква парична сума (Дочев, Николаев, Петков, 2010; Дочев, Николаев, 2007; Дочев, Николаев, Петков, Милкова, 2007). При неговото прилагане има редица особености, които безспорно са известни на специалистите по оценка на инвестиции, но очевидно остават не добре застъпени в учебния процес на учениците и студентите по икономика. Съдим за това по впечатленията, които сме придобили по време на провеждане на национални състезания по финансова грамотност и олимпиади по финансова математика за студенти (Гроздев, Николаев, Шабанова, Форкунова, Патронова, 2018; Николаев, Гроздев, Конева, Патронова, Шабанова, 2019; Николаев, Милкова, Петков, 2022).

Целта на авторите в настоящия доклад е да бъдат представени някои особености при избора и приложението на математически апарат за оценка и сравняване на инвестиции, на чиято основа се определя оптимална такава. Тези особености считаме, че трябва да бъдат по-силно застъпени в учебното съдържание на студентите по икономика на индустрията и бъдещи специалисти по оценка на инвестиции. Разработката има предимно педагогическа насоченост и акцентира на съществени моменти при оценяване на инвестиции и особености на които трябва да се акцентира при преподаване на учебния материал по темата.

## 1. Същност на основните методи за оценка на инвестиции

За измерване ефективността на инвестициите се използват различни методи като повечето от тях се основават на привеждането на доходите и инвестиционните разходи към определен момент от време, обикновено към началото на осъществяването на инвестицията или към момента на завършване. Според инвестиционната теория даден капитал е толкова по-ценен, колкото по-рано се притежава. Същността на проблема се заключава в способността на капитала да нараства при инвестиране.

Този процес на натрупване (капитализация) се обяснява чрез сложното олихвяване:

$$K_n = K \left( 1 + \frac{P}{100} \right)^n, \quad (1)$$

където

$K$  – сегашна сума;

$p$  – лихвен процент за един период;

$n$  – брой периоди на олихвяване;

$K_n$  – нарасналата сума в края на  $n$ -тия период.

При оценката на инвестиционните решения от голямо значение е обратният процес – определянето на настоящата (съвременната) стойност на бъдещите парични потоци. Пресмятанията се извършват след преобразуване на формула (1) и сегашната сума  $K$  се получава по формулата:

$$K = \frac{K_n}{\left( 1 + \frac{P}{100} \right)^n}. \quad (2)$$

От самата формула (2) се вижда, тъй като знаменателят е по-голям от единица, че сегашната сума  $K$  е по-малка от бъдещата сума  $K_n$ . Формула (2) още се нарича формула за сложно дисконтиране (намаление).

Преди да се премине към представяне на методите за оценка на инвестиции се въвеждат следните основни понятия:

1) „Цена“ на инвестицията ( $P_0$ ) е първоначалната сума, която е необходимо да бъде вложена при осъществяване на дадена инвестиция.

2) Бъдещ паричен, приходно-разходен поток са сумите, които се очакват като приход или разход в определени бъдещи моменти от време, в резултат на инвестицията.

3) Изискуемо ниво на възвръщаемост на инвеститора ( $r$ ) е среднопериодната (обикновено средногодишна) възвръщаемост, която инвеститорът е заложил като минимална.

4) Сегашна стойност на бъдещ паричен поток (означава се с  $PV$ ) е сумарната стойност на бъдещия паричен поток, приведена в момента на инвестиране (сегашния момент).

5) Чиста (нетна) съвременна (настояща) стойност (означава се с  $NPV$ ) е разликата между сегашна стойност на бъдещ паричен поток и цената на инвестицията –  $NPV = PV - P_0$ .

6) Вътрешна норма на възвръщаемост ( $r^*$ ) е среднопериодната (обикновено средногодишна) възвръщаемост, която носи инвестицията.

Основните методи за измерване на ефективността на инвестициите са нетната съвременна стойност и вътрешната норма на възвръщаемост.

Нетна съвременна стойност ( $NPV$ ) е водещ показател за оценка на ефективността на инвестиционните проекти. Идентифицира се с превишаването на общата сума на всички дисконтирани нетни парични потоци над извършените инвестиционни разходи, т.е. тя е разликата между общата съвременна стойност на нетните парични потоци и съвременната стойност на инвестицията:

Формулата, по която бъдещата парична сума се привежда към настоящия момент се получава на база на формула (2), като  $\frac{P}{100}$  се заменя с изискуемото ниво на възвръщаемост на инвеститора ( $r$ ). Така се стига до следното:

$$PV = \frac{F_1}{1+r} + \frac{F_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+r)^n}, \quad (3)$$

където  $F_i$  ( $i = 1 \div n$ ) е бъдещият приход (разход) в края на  $i$ -тия период и от тук следва, че

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+r)^i} - P_0, \quad (4)$$

Ако  $NPV_j$  е чистата съвременна стойност на  $j$ -ти вид инвестиция ( $j = 1 \div m$ ) и  $P_0$  е постоянно (т.е. една и съща цена) за всяка инвестиция, то ако  $NPV_{j_k} > NPV_{j_l}$ , то инвестицията под номер  $j_k$  е за предпочитане пред инвестицията под номер  $j_l$ . Ако трябва това да бъде по-детайлно обяснено, този извод следва от факта, че инвестиция

под номер  $j_l$  се предлага спрямо инвестиция под номер  $j_k$  по-скъпо спрямо реалната им „цена“.

Вътрешната норма на възвръщаемост (IRR) е стойността на  $r$  (дисконтната норма, изискуемо ниво на възвръщаемост) от гледна точка на NPV, която дава нетна съвременна стойност, равна на нула, т.е. това е дисконтовият процент разделен на 100, който намалява всички бъдещи нетни парични потоци, еквивалентно на първоначалната инвестиция.

При търсене на вътрешната норма на възвръщаемост на конкретна инвестиция  $r_j^*$  трябва при неизвестно  $r_j^*$  на мястото на  $r$  във формула (4),  $NPV_j$  да бъде приравнено на нула, т.е.

$$\sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+r_j^*)^i} = P_0, \quad j = 1 \div m. \quad (5)$$

При решаването на това уравнение се определя стойността на  $r_j^*$ . Тогава най-приемлива би била инвестиция с най-голяма вътрешна норма на възвръщаемост –  $r_j^*$  ( $j = 1 \div m$ ).

Вътрешната норма на възвръщаемост (IRR), освен като самостоятелен показател, предоставя на инвеститорите още информация, придобита чрез нетната съвременна стойност (NPV).

Между двата показателя съществува следната зависимост:

$$\begin{aligned} NPV > 0 &\rightarrow IRR > r; \\ NPV = 0 &\rightarrow IRR = r; \\ NPV < 0 &\rightarrow IRR < r. \end{aligned}$$

От съществено значение при определянето на метод за оценка и избор на инвестиция е да се има предвид следното. При различни цени на инвестициите, т.е.  $P_0$  е различно за всяка от инвестициите, което ще означим с  $P_0^j$  ( $j = 1 \div m$ ), сравнението между  $NPV_j$  не е целесъобразно и по-точно казано то е грешно, което ще бъде демонстрирано чрез пример в следващата част на доклада. Тогава преимущество на инвестициите е според вътрешната им норма на възвръщаемост, т.е. ако  $r_{j_k}^* > r_{j_l}^*$ , то инвестицията под номер  $j_k$  е за предпочитане пред инвестицията под номер  $j_l$ .

## 2. Пример за възможни грешки при избор на неподходящ метод за оценка на инвестиции

Първо ще разгледаме следния пример 1.

Пример 1. Нека инвеститор разполага с капитал в размер на 200000 лв., който има възможност да инвестира в един от два актива А и В. Паричният поток за всеки от тях през следващите 5 години е даден в табл. 1 в хил. лв.

Таблица 1

Година Актив	1	2	3	4	5
А	10	20	50	60	80
В	10	20	30	80	80

Ако изискуемата средногодишна възвръщаемост на инвеститора е 0,4%, да се определи кой от двата актива е по-подходящ за инвестиране.

Изхождайки от това, че цената на инвестицията  $P_0 = 200$  хил. лв. е една и съща за двата актива, то за подреждането на активите по предпочитание е достатъчно да изчислим и сравним техните нетни съвременни стойности ( $NPV$ ).

Първо ще използваме формула (3) за пресмятане на сегашните стойности на бъдещите парични потоци за всеки от активите, като  $F_i$  са данните от табл. 1, а

$$r = \frac{0,4}{100} = 0,004. \text{ Тогава:}$$

$$PV_A = \frac{10}{1,004} + \frac{20}{1,004^2} + \frac{50}{1,004^3} + \frac{60}{1,004^4} + \frac{80}{1,004^5} = 216674,43 \text{ лв.}$$

$$PV_B = \frac{10}{1,004} + \frac{20}{1,004^2} + \frac{30}{1,004^3} + \frac{80}{1,004^4} + \frac{80}{1,004^5} = 216595,70 \text{ лв.}$$

Оттук за  $NPV$  получаваме съответно:

$$NPV_A = 16674,43 \text{ лв. и } NPV_B = 16595,70 \text{ лв.}$$

Тъй като и двете  $NPV$  са положителни, то и двата актива са за предпочитане, но тъй като трябва да изберем точно един, то избираме този, който има по-голямо  $NPV$ . Стигаме до извода, че за инвестиране на тези 200000 лв. е по-подходящ първият актив А.

Тук характерно е това, че и при двата инвестиционни проекта сумарно в абсолютни единици бъдещите парични потоци са еднакви, а именно 220000 лв. Това, че различните суми се получават в различни моменти от време, води и до различни стойности на  $NPV$ , с което трябва да се съобразяваме преди да вземем окончателно инвестиционно решение.

Сега ще пресметнем вътрешната норма на възвръщаемост на всеки от двата проекта като използваме формула (5). Те се получават като решение на всяко от уравненията:

$$\frac{10}{1+r_A^*} + \frac{20}{(1+r_A^*)^2} + \frac{50}{(1+r_A^*)^3} + \frac{60}{(1+r_A^*)^4} + \frac{80}{(1+r_A^*)^5} = 200;$$

$$\frac{10}{1+r_B^*} + \frac{20}{(1+r_B^*)^2} + \frac{30}{(1+r_B^*)^3} + \frac{80}{(1+r_B^*)^4} + \frac{80}{(1+r_B^*)^5} = 200.$$

След като решим всяко от уравненията получаваме (уравненията са решени в средата на MS Excel с помощта на вградения инструмент за решаване на оптимизационни задачи Solver):

$$r_A^* = 0,025389;$$

$$r_B^* = 0,024782.$$

Тъй като  $NPV_A > NPV_B$ , то същото се получава и за техните вътрешни норми на възвръщаемост, т.е.  $r_A^* > r_B^*$ .

Тази зависимост се наблюдава винаги, когато стойността на инвестицията  $P_0$  е една и съща за всички възможни инвестиционни активи. Поради това, в конкретния пример не е необходимо да се изчисляват вътрешните им норми на възвръщаемост, а само по намерени  $NPV$  можем да вземем правилно инвестиционно решение.

Не така стоят нещата, когато стойността на инвестицията  $P_0$  е различна за активите, което е и по-често срещано на практика.

Ще разгледаме следния пример 2.

Пример 2. В табл. 2 са дадени следните данни за два възможни инвестиционни актива: цените им ( $P_0^j$ , в хил. лв.), бъдещите парични потоци ( $F_i$ , в хил. лв.), продължителността на инвестицията ( $n_i$ ). Инвеститор разполага със съответния инвестиционен капитал и си поставя изискуемо средногодишно ниво на възвръщаемост 2%.

Таблица 2

Година Актив	1	2	3	4	$P_0$
A	20	30	30	50	120
B	–	–	200	250	416

Пресмятаме:

$$PV_A = \frac{20}{1,02} + \frac{30}{1,02^2} + \frac{30}{1,02^3} + \frac{50}{1,02^4} = 122904,85 \text{ лв.};$$

$$PV_B = \frac{200}{1,02^3} + \frac{250}{1,02^4} = 419425,82 \text{ лв.},$$

откъдето

$$NPV_A = 2904,85 \text{ лв. и } NPV_B = 3425,82 \text{ лв.},$$

Вижда се, че  $NPV_B > NPV_A$  и от това следва, че би трябвало да се избере за инвестиране актива В.

Но да видим така ли стоят нещата след като пресметнем вътрешните норми на възвръщаемост на двата актива като решения съответно на уравненията:

$$\frac{20}{1+r_A^*} + \frac{30}{(1+r_A^*)^2} + \frac{30}{(1+r_A^*)^3} + \frac{50}{(1+r_A^*)^4} = 120 \text{ и } \frac{200}{(1+r_B^*)^3} + \frac{250}{(1+r_B^*)^4} = 416.$$

След решаване на всяко от уравнения с помощта на Solver, получаваме:

$$r_A^* = 0,0287 ;$$

$$r_B^* = 0,0224.$$

Това в проценти е съответно 2,87% и 2,24%, което показва, че при инвестиране в актива А средногодишната възвръщаемост е 2,87%, а при инвестиране в актива В – 2,24% средногодишна възвръщаемост. Следователно, за предпочитане е активът А.

Този пример действително показва, че за избор на правилен актив за инвестиране е от значение вътрешната норма на възвръщаемост, а не чистата съвременна стойност, когато първоначалната инвестиция е различна за различните инвестиционни проекти.

### **Заклучение**

Чрез представените примери изяснихме една особеност при избор на метод за оценка на инвестиции и възможността за допускане на грешки, ако не е налице разбиране на тези методи. Основният извод, който се налага да бъде преподаван и изяснява на бъдещите специалисти по оценка на инвестиции се свежда до следното. Ако цените на инвестициите са еднакви, то за да бъде направен правилен избор на актив, в който да се инвестира е достатъчно да бъдат изчислени техните нетни съвременни стойности ( $NPV_i$ ). При отрицателни  $NPV_i$  тези инвестиции се отхвърлят. При положителни  $NPV_i$  за предпочитане е тази с най-голяма  $NPV$ . При различни цени на инвестициите, за да бъде направен подходящ избор е необходимо да се пресметнат вътрешните норми на възвръщаемост ( $r_i^*$ ). Тези, които са под изискуемото ниво на възвръщаемост на инвеститора се отхвърлят, а от тези, които са над изискуемото ниво на възвръщаемост, за предпочитане е тази инвестиция, която има най-висока вътрешна норма на възвръщаемост.

### **Използвана литература**

1. Боди, Кейн, Маркърс (2000). Инвестиции. София: Натурела.
2. Галиц, Лорънс (1994). Финансов инженеринг. Бургас: Делфин прес.
3. Гроздев, С., Р. Николаев, М. Шабанова, Л. Форкунова, Н. Патронова.(2018). Итоги проведения Второй международной олимпиады по финансовой и актуарной математике среди школьников и студентов. // сп. „Математика и информатика”, кн. 5 от 2018, том 61, София: Аз Буки, с. 423 – 443.
4. Дочев, Д., Р. Николаев, Й. Петков (2010). Финансова математика. Варна: Наука и икономика.
5. Дочев, Д., Р. Николаев (2007). Теория на риска. Варна: Наука и икономика.
6. Дочев, Д., Р. Николаев, Й. Петков, Т. Милкова (2007). Теория на риска (ръководство). Варна: Наука и икономика.
7. Николаев, Р., С. Гроздев, Б. Конева, Н. Патронова, М. Шабанова. (2019). Болгарская олимпиада по финансовой и актуарной математике в России. // сп. „Математика и информатика”, кн. 6 от 2019, том 62, София: Аз Буки, с. 676 – 694.
8. Николаев, Р., Милкова, Т., Петков, Й. (2022) Олимпиада по финансова математика за студенти// сп. Математика Плюс. Брой 4, стр. 78-85. Помагалото се издава от Асоциацията за развитие на образованието.
9. Шарп, Александер, Бэйли (1999). Инвестиции. Москва: Инфра-М.



**Информация за контакт с авторите:**

*проф. д-р Росен Николаев*

*Икономически университет-Варна, катедра „Статистика и приложна математика“*

*E-mail: nikolaev\_rosen@ue-varna.bg*

*доц. д-р Танка Милкова*

*Икономически университет-Варна, катедра „Статистика и приложна математика“*

*E-mail: tankamilkova@ue-varna.bg*

## ПРОБЛЕМИ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В СОЦИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ

доц. д-р Петя Данкова  
Икономически университет – Варна

## PROBLEMS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN SOCIAL ENTERPRISES IN BULGARIA

Assoc. Prof. Petya Dankova, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Фокусът върху социалната икономика и социалните предприятия, който се поставя в рамките на Европейския съюз през последните години, поставя България пред предизвикателството да създаде нормативна и стопанска среда за тяхното формиране и функциониране. Към момента в България има тридесет и три действащи социални предприятия, включени в Регистъра на Министерството на труда и социалната политика. В болшинството тях съществена част от наетите са лица от уязвими групи, което изправя предприятията пред специфични предизвикателства в сферата на управлението на техните човешки ресурси. Цел на този доклад е да се представят особеностите на социалните предприятия в България и да се изведат проблеми при управлението на човешките ресурси в тях.

**Ключови думи:** управление на човешките ресурси, социална икономика, социални предприятия

**JEL Класификация:** O15, M14

### Abstract

The focus on the social economy and social enterprises within the European Union in recent years has challenged Bulgaria to create a normative and economic environment for their creation and operation. There are currently thirty-three social enterprises operating in Bulgaria, listed in the Registry of the Ministry of Labour and Social Policy. In most of them, a significant part of the employees are people from vulnerable groups, which poses specific challenges in the area of human resources management in these enterprises. The aim of this paper is to discuss the specific features of social enterprises in Bulgaria and to highlight the problems of their human resource management.

**Keywords:** human resource management, social economy, social enterprises

**JEL Classification:** O15, M14

### Въведение

През последните години в Европа все по-голям акцент се поставя върху социалната икономика като стопанска дейност, ориентирана към постигане на благоденствие за общността като цяло и за определени уязвими социални групи в частност. По данни на Европейската комисия, към момента в рамките на Европейския съюз (ЕС) функционират 2,8 милиона предприятия от социалната икономика, които представляват 10% от всички предприятия в ЕС. Почти 13,6 милиона души – около 6,2 % от заетите в ЕС – работят в предприятия от социалната икономика. В допълнение към това, социалната икономика в

ЕС ангажира около 5,5 млн. доброволци (European Commission. Social Economy in the EU). В България понастоящем има тридесет и три действащи социални предприятия, включени в Регистъра на Министерството на труда и социалната политика. Като работодатели социалните предприятия привличат човешки ресурси със специфични особености, което на свой ред е свързано с някои проблеми при управлението им. Цел на този доклад е да се представят особеностите на социалните предприятия в България и да се изведат проблеми при управлението на човешките ресурси в тях.

### **Нормативна рамка на социалната икономика в Европейския съюз и в България**

През 2011 г. Европейската комисия публикува документа „Инициатива за социален бизнес – създаване на благоприятен климат за социалните предприятия“, чиято основна цел е да се поощри извършването на стопанска дейност, насочена към постигането на конкурентоспособност на европейската икономика при съблюдаване на социални и етични принципи и водеща до приобщаването на европейските граждани и разрешаването на съществуващи социални проблеми (European Commission, 2011). Във фокуса на вниманието на социалната икономика се поставят интересите на широк кръг заинтересовани лица. Социалното предприятие е дефинирано като предприятие, чиято основна цел е не реализирането на печалба за собствениците, а постигането на положителен социален ефект. Към момента в Европейския съюз липсва възприета единна дефиниция на понятието „социално предприятие“. В посочената „Инициатива за социален бизнес“ терминът „социално предприятие“ се прилага за предприятия, които (European Commission, 2011):

- поставят постигането на социални цели или на обществения интерес като причина за своята стопанска дейност, която често е под формата на социална иновация;
- реинвестират печалбата си основно за постигането на тези социални цели; и
- прилагат демократични принципи на организация и управление или акцентират върху социалната справедливост.

Следователно, в съзвучие с това разбиране, социалните предприятия могат да бъдат (European Commission, 2011):

- предприятия, които предоставят социални услуги и/или стоки и услуги, предназначени за уязвими групи лица (достъп до жилища, здравеопазване, помощ за възрастни хора или хора с увреждания, грижи за деца, достъп до работни места и до обучение, справяне със зависимости и др.);
- предприятия, чийто начин на производство на стоки или предоставяне на услуги има за цел укрепване на социалния ред (социална и професионална интеграция чрез достъп до работни места за хора в неравностойно положение, особено такива с недостатъчна квалификация или със социални или професионални проблеми, водещи до изолация или маргинализация), но чиято дейност може да е извън сферата на предоставянето на социални стоки или услуги.

В отговор на европейските инициативи, през 2019 г. в България влезе в сила Законът за предприятията на социалната и солидарна икономика (ЗПСИ), който си поставя за цел да насърчи развитието на социалната и солидарна икономика като стопански отрасъл, като създаде специални правила за намаляване на социалното неравенство и за постигане на устойчиво териториално развитие. Във фокуса на този нормативен акт стои оказването на подкрепа, повишаването на жизнения стандарт, създаването на условия за самостоятелен начин на живот чрез подобряване на достъпа до обучения и заетост на следните лица от социално уязвими групи:

- хора с трайни увреждания;<sup>1</sup>
- продължително безработни лица, които имат право на месечна социална помощ съгласно Закона за социално подпомагане и правилника за прилагането му;
- лица до 29-годишна възраст, които нямат предходен професионален опит;
- лица, настанени извън семейството по реда на чл. 26 от Закона за закрила на детето,<sup>2</sup> включително след прекратяване на настаняването им;
- безработни лица над 55 години, които са регистрирани в дирекция "Бюро по труда";
- лица, които отглеждат деца с трайни увреждания и получават помощи по чл. 8д от Закона за семейни помощи за деца;<sup>3</sup>
- лица, изтърпели наказание лишаване от свобода за срок, не по-кратък от 5 години, ако краят на наказанието е настъпил през последните три години от постъпването на работа;
- лица със зависимост към алкохол или наркотични вещества, преминали успешно лечебна или психосоциална рехабилитационна програма през последните две години преди постъпването на работа, което се удостоверява чрез документ, издаден от лицата, при които е проведено лечението или психосоциалната рехабилитация;
- бездомни лица;<sup>4</sup>
- чужденци, получили закрила в Република България по реда на Закона за убежището и бежанците през последните три години от постъпването им на работа;
- лица, получили статут на специална закрила по реда на Закона за борба с трафика на хора;
- лица, пострадали от домашно насилие по смисъла на Закона за защита от домашното насилие.

ЗПССИ дефинира социалното предприемачество като „форма на предприемачество, която съвместява стопанска дейност с преследването на социални цели, в резултат на което се произвежда социална добавена стойност“ (вж. §1, т. 6 от Допълнителните разпоредби). Като субекти на социалната и солидарна икономика ЗПССИ извежда (i) кооперациите, (ii) юридическите лица с нестопанска цел за осъществяване на обществено-полезна дейност и (iii) социалните предприятия. Дейността на първите два от тези субекти – кооперациите и на юридическите лица с нестопанска цел за осъществяване на обществено-полезна дейност – е регламентирана съответно от Закона за кооперациите и Закона за юридическите лица с нестопанска цел.

<sup>1</sup> По смисъла на § 1, т.2 от допълнителните разпоредби на Закона за хората с увреждания, „хора с трайни увреждания“ са лица с трайна физическа, психическа, интелектуална и сетивна недостатъчност, която при взаимодействие с обкръжаващата ги среда би могла да възпрепятства тяхното пълноценно и ефективно участие в обществения живот, и на които медицинската експертиза е установила вид и степен на увреждане 50 и над 50 на сто.

<sup>2</sup> Чл. 26 от Закона за закрила на детето урежда реда за настаняване на деца (лица до 18-годишна възраст) в семейство на роднини или близки, в приемно семейство или в социална или интегрирана здравно-социална услуга за резидентна грижа.

<sup>3</sup> Чл. 8д от Закона за семейни помощи за деца урежда предоставянето на месечни помощи за отглеждане на дете с трайно увреждане до 18-годишна възраст и до завършване на средното образование, но не по-късно от 20-годишна възраст. Същите се предоставят на родители (осиновители), когато отглеждат деца с трайни увреждания, независимо от доходите на семейството, при условие че детето живее постоянно в страната и не е настанено за отглеждане извън семейството по реда на чл. 26 от Закона за закрила на детето.

<sup>4</sup> По смисъла на § 1, т. 1 от Закона за предприятията на социалната и солидарна икономика, „бездомно лице“ е лице, което не притежава собствено жилище, не е в състояние да наеме жилище със собствени средства и не е настанено в общинско жилище по реда на Закона за общинската собственост и/или което поради инцидентно възникнали обстоятелства (пожар, природни бедствия, срутване на сграда и други) е останало без подслон.

Така с въвеждането на ЗПССИ през 2019 г. на практика в стопанската реалност у нас се въвежда един нов стопански субект: социалното предприятие, дефинирано като „предприятие, което независимо от правноорганизационната си форма има за предмет на дейност производство на стоки или предоставяне на услуги, като съчетава икономически резултати със социални цели, постига измерима, положителна социална добавена стойност, управлява се прозрачно с участието на членовете, работниците или служителите при вземане на управленски решения, осъществява своята икономическа дейност, като част от средносписъчния брой на персонала са лица уязвими групи и/или като печалбата преимуществено се разходва за осъществяване на социална дейност и/или социална цел съгласно учредителния договор или устав“ (ЗПССИ, §1, т. 5 от Допълнителните разпоредби). По смисъла на същия нормативен акт социалната добавена стойност представлява „постигнатият социален ефект за целевата група в резултат от извършваната от социалното предприятие дейност, като се вземат предвид както положителните, така и отрицателните промени и съпътстващите ефекти в резултат от други действия или липса на действия от страна на социалното предприятие“ (ЗПССИ, §1, т. 7 от Допълнителните разпоредби).

Според мащаба на реализираната от социалното предприятие социална добавена стойност ЗПССИ различава два типа социални предприятия: социални предприятия клас А и социални предприятия клас А+. По-конкретно, социално предприятие клас А е всяко социално предприятие, независимо от правноорганизационната му форма, което отговаря на следните основни условия:

(1) осъществява социална дейност, която произвежда социална добавена стойност, определена съгласно методика, издадена от министъра на труда и социалната политика (вж. Методика за оценка на социалната добавена стойност); и

(2) се управлява прозрачно с участие на членовете, работниците или служителите при вземане на решения по установена в учредителния договор, устава или друг устройствен документ процедура.

В допълнение на горните две, социалното предприятие клас А следва да отговаря на поне едно от следващите условия:

(3) положителният му счетоводен финансов резултат след данъчно облагане за последния отчетен период да се разходва повече от 50 на сто и не по-малко от 7500 лв. за осъществяване на социална дейност или цел;<sup>5</sup> или

(4) не по-малко от 30 на сто и не по-малко от три лица от наетите в предприятието към датата на възникването на трудовото правоотношение да се отнасят към изброените по-горе лица от уязвими групи.

Що се отнася до социално предприятие клас А+, то следва да отговаря съвкупно на всички гореизброени четири изисквания, както и на поне едно от следните допълнителни условия:

(1) социалната добавена стойност да се осъществява изцяло в административните граници на общини, които за предходната година имат равнище на безработица, равно или по-високо от средното за страната спрямо наличните статистически данни към датата на подаването на заявлението; или

---

<sup>5</sup> Това изискване се смята за изпълнено и когато положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане е реинвестиран в самото предприятие, ако основната му дейност е социална по смисъла на ЗПССИ.

(2) положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане да се разходва повече от 50 на сто и не по-малко от 75 000 лв. за осъществяване на социална дейност;<sup>6</sup> или

(3) най-малко 30 от наетите да се отнасят към гореизброените лица от уязвими групи и да са работили без прекъсване в предприятието през последните 6 месеца.

Предимствата за социалните предприятия клас А+ се състоят в това, че за тях ЗПССИ предвижда възможност да бъдат насърчавани чрез следните:

(1) Възмездно учредяване в тяхна полза за развитието на социалните им цели на право на строеж върху имоти - частна общинска собственост, без търг или конкурс след решение на общинския съвет; този случай социалното предприятие се задължава да продължи да съществува и да действа като такова за срок, не по-кратък от 10 години от учредяването на правото на строеж, като при неизпълнение на това задължение дължи на общината парично обезщетение;

(2) Възмездно учредяване в тяхна полза за постигането на социалните им цели на право на ползване върху имоти и вещи - частна общинска собственост, без търг или конкурс след решение на общинския съвет; правото на ползване се погасява със заличаването на социалното предприятие от регистъра на социалните предприятия или с изтичането на определения срок, който не може да надхвърля 10 години;

(3) Финансово подпомагане за обучение за повишаване на професионалната квалификация на лицата от уязвими групи, наети от социални предприятия клас А+, по предложение на министъра на труда и социалната политика, когато икономическата дейност се извършва изцяло в административните граници на общини, които за предходната година имат равнище на безработица, равно или по-високо от средното за страната.

### **Особености на социалните предприятия в България**

Министерството на труда и социалната политика води Регистър на социалните предприятия. Всички социални предприятия, вписани в Регистъра, имат право да използват безплатно отличителния сертификационен знак „Продукт на социално предприятие“ за своите стоки или услуги. Към момента в Регистъра са включени 45 социални предприятия, от които:

- 33 са действащи и 12 са в процес на проверка;
- От действащите социални предприятия 32 се отнасят към клас А и 1 се отнася към клас А+.<sup>7</sup> Данните за действащите социални предприятия от клас А са обобщени в таблица 1.
- От социалните предприятия в процес на проверка 11 се отнасят към клас А и 1 се отнася към клас А+.<sup>8</sup> Данните за социалните предприятия от клас А в процес на проверка са обобщени в таблица 2.

Въпреки малкия брой социални предприятия, анализът на достъпните данни за тях недвусмислено сочи, че в болшинството от тях не по-малко от 30 на сто и не по-

<sup>6</sup> Това изискване се смята за изпълнено и когато положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане е реинвестиран в самото предприятие, ако основната му дейност е социална по смисъла на ЗПССИ.

<sup>7</sup> Отговаря на условията за социални предприятия от клас А и на следното допълнително условие: „социалната добавена стойност да се осъществява изцяло в административните граници на общини, които за предходната година имат равнище на безработица, равно или по-високо от средното за страната спрямо наличните статистически данни към датата на подаването на заявлението“.

<sup>8</sup> Отговаря на условията за социални предприятия от клас А и на следните две допълнителни условия: „социалната добавена стойност да се осъществява изцяло в административните граници на общини, които за предходната година имат равнище на безработица, равно или по-високо от средното за страната спрямо наличните статистически данни към датата на подаването на заявлението“; и „положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане да се разходва повече от 50 на сто и не по-малко от 75 000 лв. за осъществяване на социална дейност“.

малко от три лица от наетите към датата на възникването на трудовото правоотношение са лица от гореизброените уязвими групи. Това се отнася за 25 от действащите социални предприятия от клас А, което представлява 78% от тях (вж. таблица 1, колони 3 и 4); както и за 9 от социалните предприятия от клас А в процес на проверка, което представлява 82% от тях (вж. таблица 2, колони 3 и 4).

Таблица 1

**Социални предприятия (СП) клас А, действащи**

Правноорганизационна форма на СП	Бр. регистрирани СП според условията, на които отговарят			ОБЩО СП (бр.)
	усл. 1, 2 и 3	усл. 1, 2 и 4	усл. 1, 2, 3 и 4	
1	2	3	4	5
Регистрирано по ЗЮЛНЦ <sup>9</sup>	3	9	1	13
Регистрирано по ТЗ <sup>10</sup>	4	12	1	17
Общинско предприятие <sup>11</sup>	-	2	-	2
ОБЩО СП (бр.)	7	23	2	32

Източник: МТСП. Регистър на социалните предприятия

Таблица 2

**Социални предприятия (СП) клас А, в процес на проверка**

Правноорганизационна форма на СП	Бр. регистрирани СП според условията, на които отговарят			ОБЩО СП (бр.)
	усл. 1, 2 и 3	усл. 1, 2 и 4	усл. 1, 2, 3 и 4	
Регистрирано по ЗЮЛНЦ <sup>12</sup>	2	3	1	6
Регистрирано по ТЗ <sup>13</sup>	-	5	-	5
Общинско предприятие <sup>14</sup>	-	-	-	-
ОБЩО СП (бр.)	2	8	1	11

Източник: МТСП. Регистър на социалните предприятия

**Съществени проблеми на управлението на човешките ресурси в социалните предприятия в България**

От изложеното става видно, че в болшинството от социалните предприятия в България съществена част от наетите са лица от уязвими групи, което изправя тези предприятия пред специфични предизвикателства в сферата на управлението на техните човешки ресурси, които могат да бъдат обобщени както следва:

- Наетите лица от уязвими групи често страдат от редица здравословни проблеми, което се отразява негативно върху тяхната работоспособност и от което произтичат чести отсъствия от работа и последващи проблеми с организацията на трудовия процес.

<sup>9</sup> Закон за юридическите лица с нестопанска цел.

<sup>10</sup> Търговски закон.

<sup>11</sup> По смисъла на чл.52 от Закона за общинската дейност.

<sup>12</sup> Закон за юридическите лица с нестопанска цел.

<sup>13</sup> Търговски закон.

<sup>14</sup> По смисъла на чл.52 от Закона за общинската дейност.

- Наетите лица от уязвими групи често имат ниска професионална квалификация и недобре развити трудови навици, което налага необходимостта от провеждане на съответни обучения и менторски програми. На този етап ЗППСИ предвижда финансова помощ за обучения на наетите от уязвими групи, но това се отнася само за социални предприятия клас А+.

- Често качеството на продуктите и услугите, произведени от наетите лица от уязвими групи, е на по-ниско ниво в сравнение с тези на останалите предприятия, което поставя социалните предприятия в една неблагоприятна конкурентна среда и се отразява негативно на техните приходи от дейността (Долина на растеж, 2021). Преодоляването на този проблем изисква от една страна предвиждане на допълнителни обучения, а от друга – на подходи за привличане вниманието на съответна група потребители, които са склонни да заплащат за съответните продукти и услуги. В противен случай се стига до това, че „животът“ на редица социални предприятия се изчерпва с приключване на обезпеченото и гарантирано проектно финансиране“ (Нинов, 2016).

- Макар една от фундаменталните цели на социалните предприятия да се заключава в предоставяне на възможност за интеграция чрез трудова заетост на лица от уязвими групи, в редица случаи тяхната трудова мотивация не е достатъчно висока (Годорова, 2014). Една от причините е т. нар. „капан на помощите“ – когато се сблъскат с предизвикателствата на трудовия процес, лицата от уязвими групи понякога решават, че получаваните от тях социални помощи са им достатъчни и затова нямат стимул да работят (Михайлов, 2014).

- Един допълнителен проблем произтича от самата нормативна уредба. Съгласно утвърдената от Министерството на труда и социалната политика Методика за оценка на социалната добавена стойност, за да удостовери статута си на социално предприятие съответната кандидатстваща организация периодично попълва и подава формуляр със съответни количествени показатели, в т.ч. брой наети лица от уязвими групи. Този подход за измерване на социалната добавена стойност обаче „не отчита качествена социална промяна, която социалните предприятия постигат“ (Адамова и др., 2021). Става дума за това, че към един последващ момент на подаване на съответния формуляр е вероятно наетите в социалното предприятие лица от уязвими групи вече да не се отнасят към тези групи, тъй като тяхното уязвимо социално положение е било преодоляно именно в резултат от работата им в предприятието. Така например едно лице, претърпяло положителна качествена промяна в своето социално положение, вече не би могло да бъде отнесено към броя на наетите в предприятието лица от уязвими групи, което би могло да доведе до отписване на предприятието от Регистъра на социалните предприятия и до отнемане на произтичащите от това за него предимства. По този начин законодателят не само не насърчава социалните предприятия, но на практика ги наказва за техните усилия по приобщаване на лицата от уязвими групи.

### **Заключение**

Социалните предприятия са специфичен стълб на социалната икономика, необходим за създаване на условия за социално приобщаване, трудова заетост и повишаване на благосъстоянието на лица от редица уязвими групи. От своя страна, управлението на тези лица в качеството им на работници или служители по трудово правоотношение поставя наемащите ги предприятия пред редица проблеми и предизвикателства, очертани в този доклад само в най-общи рамки. Поощряването на развитието на социалните предприятия в бъдеще обаче изисква задълбочено изследване на тези проблеми и извеждане на нормативни и икономически пътища за тяхното разрешаване.



## Използвана литература

1. Адамова, А., Шабани, Н, Алексиева П. (2021). Изследване на нуждите и предизвикателствата на социалните предприятия (СП) – доклад. Български център за нестопанско право. Достъпен онлайн: <https://bcnl.org/analyses/izsledvane-na-nuzhdite-i-predizvikatelstvata-na-sotsialnite-predpriyatiya-doklad.html> [Последно достъпен на: 16/10/2023]
2. Долина на растеж (2021). Социалното предприемачество в България по пътя на растежа: Екосистема, финансови нужди, регулаторна рамка и уроци от практиката. Достъпен онлайн: <https://valleyofgrowth.reachforchange.org/bg/resursi> [Последно достъпен на: 16/10/2023]
3. Закон за закрила на детето (обн. ДВ. бр. 48 от 13.06.2000 г.). Достъпен онлайн: <https://justice.government.bg/home/normdoc/2134925825> [Последно достъпен на: 14/10/2023]
4. Закон за кооперациите (обн. ДВ. бр.113 от 28.12.1999 г.). Достъпен онлайн: <https://lex.bg/laws/ldoc/2134696966> [Последно достъпен на: 14/10/2023]
5. Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика (обн. ДВ. бр. 91 от 02.11.2018 г.; в сила от 02.05.2019 г.). Достъпен онлайн: <https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2137187968> [Последно достъпен на: 14/10/2023]
6. Закон за семейни помощи за деца (обн. ДВ. бр. 32 от 29.03.2002 г.). Достъпен онлайн: <https://lex.bg/laws/ldoc/2135441920> [Последно достъпен на: 14/10/2023]
7. Закон за хората с увреждания (обн. ДВ. бр.105 от 18.12.2018 г.; в сила от 01.01.2019 г.). Достъпен онлайн: <https://www.mlsp.government.bg/uploads/38/khu/normativni-dokumenti/2019-zakon-za-horata-s-uvregdania.pdf> [Последно достъпен на: 14/10/2023]
8. Закон за юридическите лица с нестопанска цел (обн. ДВ. бр. 81 от 06.10.2000 г.; в сила от 01.01.2001 г.). Достъпен онлайн: <https://lex.bg/laws/ldoc/2134942720> [Последно достъпен на: 14/10/2023]
9. Методика за оценка на социалната добавена стойност, произвеждана от дейността на социалните предприятия по чл. 7 и чл. 8 от Закона за предприятията на социалната и солидарна икономика (утв. със Заповед № РД 01-307/07.05.2019 г. на министъра на труда и социалната политика). Достъпна онлайн: <https://seconomy.mlsp.government.bg/wp-content/uploads/2022/12/Methodika.pdf> [Последно достъпена на: 14/10/2023]
10. Михайлов, С. (2014). Социални предприятия в България – доклад от изследване. Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“.
11. Нинов (2016). Проблеми и перспективи за развитие пред социалните предприятия в България. Сборник с доклади от международна научна конференция "Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания", СА Свищов. сс. 281 – 287. Достъпен онлайн: <https://dlib.uni-svishtov.bg/handle/10610/2980?show=full> [Последно достъпен на: 15/10/2023]
12. Правилник за прилагане на закона за предприятията на социалната и солидарна икономика (обн. ДВ. бр. 40 от 17.05.2019 г.; в сила от 17.05.2019 г.). Достъпен онлайн: <https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2137193136> [Последно достъпен на: 14/10/2023]
13. Регистър на социалните предприятия. Министерство на труда и социалната политика. Достъпен онлайн: <https://secprod.mlsp.government.bg/index.php?section=REG> [Последно достъпен на: 14/10/2023]
14. Тодорова, Теодора (2014). Социалните предприятия в България – иновативен модел за заетост и социално включване. Информационен бюлетин по труда, бр.8, сс. 23-31.
15. European Commission. (2011). Social Business Initiative - Creating a Favourable Climate for Social Enterprises, Key Stakeholders in the Social Economy and Innovation, COM

(2011) 682. Достъпен онлайн:

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:en:PDF>

[Последно достъпен на: 14/10/2023]

16. European Commission. Social economy in the EU. Достъпен онлайн: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu_en) [Последно достъпен на: 14/10/2023]

**Информация за контакт с автора:**

*доц. д-р Петя Данкова*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустиален бизнес и логистика“*

*E-mail: [dankova@ue-varna.bg](mailto:dankova@ue-varna.bg)*

# ЦЕНОВА ЧУВСТВИТЕЛНОСТ ПРИ ТРАНСФОРМАЦИЯТА „ПОТРЕБИТЕЛ – КЛИЕНТ – ПАРТНЬОР“ – ТЕОРЕТИЧЕН МОДЕЛ

доц. д-р Йордан Иванов  
Икономически университет – Варна

## PRICE SENSITIVITY DURING THE TRANSFORMATION “CONSUMER – CUSTOMER – PARTNER” – THEORETICAL MODEL

Assoc. prof. Yordan Ivanov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Новата дигитална реалност, високата степен на информираност и свободен достъп на клиентите до най-отдалечени точки (от гледна точка на пазарните ограничения), както и ожесточената конкуренция, поставиха на преден план желанието на бизнес организациите да потърсят нови възможности за релация с другите пазарни участници – потребителите. Цената, все още остава единственият адекватен измерител не само на икономическата и психологическата ценност, но според нас е и мерило за превръщането на потребителя в партньор на организацията. Концепцията за съвместното създаване на ценност и преживявания от използването на продукти / услуги според нас може да се представи, чрез т.нар. „ценова чувствителност“. Чрез нея може да се разкрие степента на отдаденост и привързаност на клиента към конкретен бранд. Ето защо, целта на доклада е да се представи теоретичен модел, на прехода „потребител – клиент – партньор“ изразен чрез ценовата чувствителност.

**Ключови думи:** маркетинг, цени, потребителско поведение, ценова чувствителност

**JEL Класификация:** M30, M31, M39

### Abstract

The new digital environment, the high level of competitiveness and free access of users to the most remote points (in terms of market constraints), as well as fierce competition, highlighted the desire of business organizations to seek new opportunities to communicate with other market participants - consumers. Price still remains the only adequate measure not only of economic and psychological value, but also, in our opinion, a measure of the consumer's transformation into a partner of the organization. The concept of the value co-creation and experiences from the use of products / services, in our opinion, can be presented through the so-called "price sensitivity". It can reveal the degree of commitment of the customer to a particular brand. Therefore, the purpose of this article is to present a theoretical model of the "consumer - customer - partner" transition expressed through price sensitivity.

**Keywords:** marketing, price, customer behavior, price sensitivity

**JEL Classification:** M30, M31, M39

## **Въведение**

Използването на различни понятия, които да опишат онези пазарни участници, потребяващи продуктите / услугите, произведени и доставяни на пазара, не е породено просто от търсенето на синоними, а от желанието да се илюстрира, тяхната трансформация в еволюцията на маркетинговата наука. Развитие на маркетинговата концепция от продуктово ориентирана, основана на класическите елементи на маркетинговия микс (четирите „П“), през клиентоцентричните модели, до най – новите концепции на дигиталния маркетинг, повлияни от развитието на високите технологии и промяна на мястото и начина за осъществяване на пазарните отношения, ни дава основание, да изведем на преден план трансформирането на основния пазарен участник. Както твърди Маркова (2007, с. 17) „в съвременната концепция на маркетинга потребител и клиент не са тъждествени понятия“, нещо повече тази еволюция продължава и може да се твърди, че тя прераства в партньорски взаимоотношения с доставчиците.

В тази връзка, предметът на настоящият доклад е ценовата чувствителност в различните фази от развитието на взаимоотношенията с клиентите, а целта е да се изведе теоретичен модел обвързващ ценовата чувствителност при трансформацията „потребител – клиент – партньор“.

Методическият инструментариум е основан на класическите методи за анали и синтез на научни знания известни до настоящият момент и на тяхна база извеждане на авторски позиции.

### **Връзка на ценовата чувствителност при трансформацията „потребител – клиент – партньор“**

Като всяка практико-приложна област на научното познание, маркетинга непрекъснато се развива и търси възможности бизнеса да се адаптира в бързо променящата се среда. За сравнително краткото време, от както е част от инструментариума на икономическата и управленска наука, тя претърпя редица трансформации. За нас особен интерес представлява, развитие на концепцията за взаимоотношенията между двата основни пазарни участника – производител / търговец и потребител. Съществуват различни позиции по повод, това дали потребител и клиент са равнозначни понятия, но ние защитаваме позицията, че потребител е обобщаваща категория, което е в унисон с тезата на Маркова (2007, с. 18), която казва „не всеки потребител е клиент, но всеки клиент е потребител“. Защо това е така може лесно да се обясни със значителната конкуренция, особено що се отнася до пазара на потребителски стоки.

При ранните етапи в развитието на маркетинга, когато се развива по скоро т.нар. „продуктоцентричен модел“, за удовлетворяване на клиентските нужди е било достатъчно да има наличие на продукт, който да бъде функционален, да бъде открит на удобно за клиента място, продукта да е с висока степен на надеждност. Т.е. тук говорим за базовия инструментариум на класическия маркетингов микс и неговите четири П – продукт, промоция, пазар, цена (адаптирано по Станимиров, 2013, с.12).

Възникването на „клиентоцентричния модел“ е в основата на зараждането на маркетинга на взаимоотношенията. Той е непрекъснат процес на коопериране чрез система от дейности и програми с доставчиците, крайните клиенти и други пазарни участници, с цел създаване и нарастване на общите ползи (Станимиров, 2013, с. 14). Тази концепция се основава на няколко основни особености: непрекъснатата комуникация с клиентите, усилия за създаване и увеличаване на стойността между пазарните участници, следене и управление на клиента при движението му по фазите на жизнения цикъл, осъзнаване, че клиентите не са еднакви, техните желания и нужни също са различни.

На тази основа, развитие на взаимоотношенията с потребителите е свързано с идентифицирането им и с провокирането им да се превърнат от странични за фирмата наблюдатели, в купувачи, клиенти и т.н. Превръщането на един потребител в клиент е свързано, с пораждаване на желание от негова страна да реализира своята първа покупка. Така той се превръща в междинното звено между потребителя и клиента - купувач. Тези две състояния в модела (виж. Фигура 1) ние определяме като отношения на ниско ниво, тъй като те не почиват върху здрава материална и емоционална основа за изграждане на преживявания между страните. На това базово ниво на взаимоотношения с клиентите, ценовата чувствителност е много голяма. Това се дължи на факта, че купувача, все още не е изградил доверие към доставчика / търговец, няма трайно изградени впечатления от употребата на стоката, която е закупил. Развитие на технологиите позволява, дори на този ранен етап, купувача да направи значителни проучвания на потребителско мнение, но то няма да почива на реален опит, поради което тази връзка е твърде несигурна.

Купувачът е свързващото звено, преход, за превръщането на в клиент. Обикновено той може да „извършва еднократни или редовни покупки, но компанията не поддържа с него персонални контакти“ (Маркова, 2007, с. 18). Включването на комуникацията между потребителите и доставчиците издига взаимоотношенията им на по-високо ниво, които ние дефинираме като „средно ниво“. Това е нивото, в което купувачът приема нова роля и се превръща в ресурс за компанията. „Клиентът е: потребител, който купува редовно определена стока от конкретен доставчик през относително продължителен период от време; потребител, с когото фирмата поддържа редовни и системни контакти и познава добре; индивидуализиран потребител, към когото фирмата има специално, персонализирано отношение“ (Маркова, 2007, с. 18). Подобно отношение към клиентите, ни дава основание да определим, че посоченото средно ниво в модела, може да се свърже със средна, към ниска цена, или значително по ниска ценова чувствителност. Това се дължи на факта, че на този етап от развитието на взаимоотношенията с клиентите, техният личен опит с продукта или услугата е значителен. Тук според нас, започва да се прокрадва и усещането за принадлежност към дадена марка или бранд. Това е стъпка по посока на превръщането на клиента в привърженик и партньор.

Именно последните две групи, са най-висшата форма на взаимоотношенията и крайна фаза в развитието на потребителя в отношенията му с компаниите. Това именно е причината поради която, всяка фирма полага интегрирани усилия, политики и стратегии с цел задълбочаване на привързаността на клиентите, за да може тя да прерасне в лоялност.

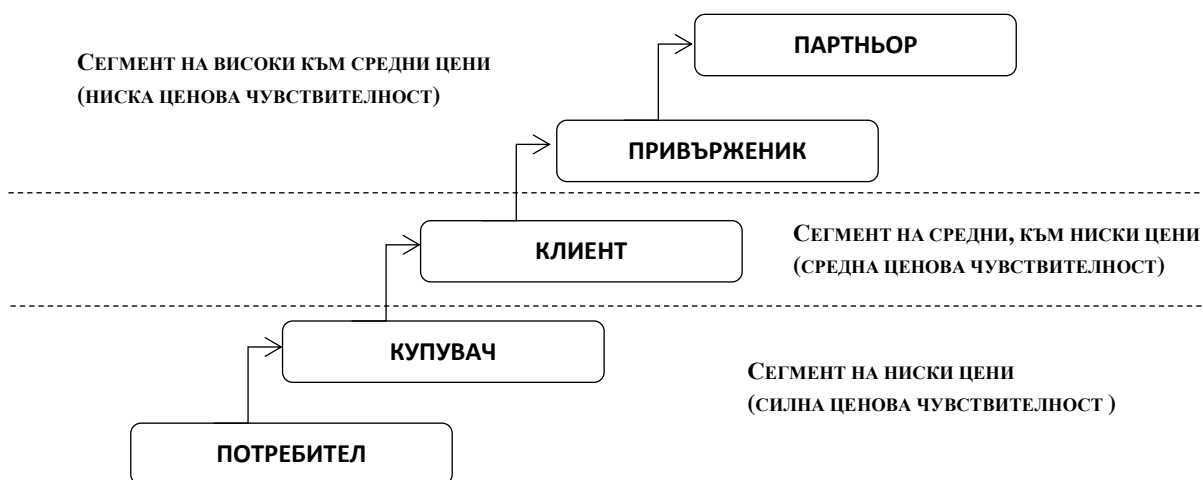
Както пише Станимиров (2013, с.17), по отношение на лоялността на клиентите, тя може да се постигне с помощта на следните фактори:

- Удовлетвореност – офертата съответства или надхвърля очакванията на клиентите;
- Постоянство – компанията неотклонно се стреми да действа в интерес на клиентите;
- Персонализация – офертата и инструментариумът за нейното реализиране се адаптират съобразно изискванията на отделни клиенти;
- Интегриране – взаимоотношенията „продавач – купувач“ се осъществяват от гледна точка на взаимния интерес.

При т.нар. високо ниво, от модела за метаморфозата на потребителя в партньор на бизнеса, може да се твърди, че ценовата чувствителност е най-ниска. Това означава, че за потребителят, факторът цена на продукта / услугата за вземане на решение за покупка, вече е с много ниска стойност.

Въз основа на развития модел, може да се разкрие особено важната роля на всички маркетингови усилия, които компаниите полагат за опознаването и задържането на

клиентите, за да могат те да се превърнат в част от цялостната партньорска мрежа на компанията – доставчик.



**Фигура 1. Модел за развитие на отношенията „Потребител - Партньор“ и връзка с ценовата чувствителност**

*Източник: Адаптирано по Иванов, Й. (2016). Ценови аспекти на конкурентоспособността“, Изд. Наука и икономика, Библ. „Проф. Цани Калянджиев, ИУ- Варна*

Съществуват редица фактори които определят чувствителността на потребителите към цената на стоките и услугите. Ето защо, изследването на това взаимодействие не може да бъде обобщаващо и да представи резултати, които да бъдат общодостъпни.

### **Фактори обуславящи ценовата чувствителност при трансформацията „Потребител-Клиент-Партньор“**

Отправна точка за идентифицирането на ключовите фактори за изследването на чувствителността на отделните групи в предложения модел на трансформация на потребителите следва да бъдат трите основни йерархични нива – ниско, средно и високо. Както стана ясно от поясненията на модела, допуска се, че при всяко от тях, реакцията на потребителите към цената следва да е различно. В последното, най-високо ниво може да се въведе понятие „ценова резистентност“ за определен кръг потребители. Това са хора или компании, които са партньори за конкретна марка или бранд, за които цената е най-маловажния фактори при вземането за решение за покупка.

Освен йерархичните нива, на модела на трансформация, другите ключови фактори могат да бъдат продукта, демографските характеристики на потребителите (като събирателно понятие), пазара (физически или електронен), конкуренцията (наситеност на пазара с конкуренти и конкурентни продукти), разполагам доход и други.

От представената в таблицата информация, ясно могат да се открият и подзони в представената на фигура 1 трансформация и връзката и с ценовата чувствителност на потребителите, които могат да бъдат изследвани за конкретен вид стоки и пазари. Ето защо, структурираната информация по отношение на факторите за идентифициране на ценовата чувствителност се определя от автора като теоретичен модел, на база на който да бъдат проведени бъдещи изследвания.

Таблица 1

## Фактори за идентифициране на ценовата чувствителност

Група фактори	Фактор	Влияние на фактора при нивата		
		Ниско	Средно	Високо
<i>Продукт</i>	Инвестиционен продукт			
	Потребителски стоки от първа необходимост			
	Потребителски стоки за бита			
	Престижни стоки			
<i>Демография</i>	Възраст на потребителите			
	Пол на потребителите			
	Населено място на потребителите			
<i>Пазар</i>	Традиционен пазар			
	Електронна търговия			
<i>Конкуренция</i>	Брой конкуренти			
	Продукти заместители			
	Развойна дейност на конкурентите			
<i>Доход</i>	Висок (дефиниран по скала)			
	Среден (дефиниран по скала)			
	Нисък (дефиниран по скала)			
	Сигурност и стабилност на доходите			
<i>Икономическа конюнктура</i>	Стабилна данъчна система			
	Икономическа стабилност в страната			
	Стабилна банкова система			
<i>Политическа конюнктура</i>	Стабилност на политическата система			
	Последователност в законодателството			
	Равнопоставеност пред закона			

*Източник: автора на публикацията*

Представената групировка на факторите за оценка на влиянието на цената върху поведението при решение за покупка, което в настоящата публикация дефинираме като „ценова чувствителност“, може да бъде допълвано и развивано, за целите на конкретно изследване.

### Заклучение

В заключение можем да обобщим, че сложността на поведението на потребителите, което се подсилва от значителния достъп до информация, чрез средствата на новите технологии, налага нов поглед върху различните елементи на маркетинга, чрез които се

опитваме да привлечем не просто клиенти, а дългосрочни партньори. Цената като всеобщ измерител, заедно с останалите елементи на класическия маркетингов микс, оказват сериозно влияние, не само върху привличането и задържането на клиенти, но и върху финансовите резултати на компаниите. Ето защо, е важно, да се идентифицират онези фактори, които могат да ни дадат информация за чувствителността на потребителите към пазарната цена, за да се насочат усилия, към изграждането на стабилен клиентски портфейл, който се приближава до т.нар. „ценова резистентност“. Това разбира се е труден за постигане резултат, който зависи най-вече от типа на продуктите и влиянието, което може да се окаже върху потребителя в процеса на неговото изграждане и трансформиране.

### Използвана литература

1. Иванов, Й. (2016) Ценови аспекти на конкурентоспособността. Варна: Унив. изд. Наука и икономика, Библиотека „Цани Калянджиев“
2. Иванов, Й. (2016) Ценови аспекти на конкурентоспособността на "Крафт" пивото в България. Известия Сп. Икономически университет – Варна, Варна: Наука и икономика, 60, 1, 80 - 95.
3. Иванов, Й. (2018) Връзка на ефикасността и ефективността при обслужването на клиентите и ценовата конкурентоспособност. Индустриален бизнес и предприемачество - иновации в науката и практиката : Сборник с доклади от научно-практическа конференция посв. на 70 г. от създаването на спец. Индустриален бизнес и предприемачество в ИУ - Варна, Варна: Наука и икономика, 225 - 232.
4. Котлър, Ф., Картаджиая, Х., Сетиауан, И. (2020) Маркетинг 4.0 от традиционното към дигиталното, София, Локус
5. Лилова, Р. (2012) Ценовият мениджмънт – възможности за оптимизиране на финансовите резултати на фирмата, Библиотека „Образование и наука“, книжка 22, СА „Д.А.Ценов“, Свищов
6. Маркова, Б. (2007) Поведение на потребителя, НБУ, София
7. Станимиров Е. (2013) CRM, Изд. Наука и икономика, ИУ-Варна
8. Ivanov, Y., Pavlova, D. (2017) Impact of technology and equipment equity on price levels of products. Marketing and Branding Research, Vol. 4 (1), 89-99.
9. Zhewei Xi, Guoqiang Lou, Youze Lang, Pricing strategy for products with consumption synergy, <https://doi.org/10.1080/13504851.2023.2269626>

### Информация за контакт с автора:

доц. д-р Йордан Иванов

Икономически университет – Варна, катедра „Индустриален бизнес и логистика“

E-mail: [jordan.ivanov@ue-varna.bg](mailto:jordan.ivanov@ue-varna.bg)



## ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ СНАБДЯВАНЕТО НА ОБЩИНСКИТЕ ЛЕЧЕБНИ ЗАВЕДЕНИЯ ЗА СПЕЦИАЛИЗИРАНА ИЗВЪНБОЛНИЧНА МЕДИЦИНСКА ПОМОЩ

доц. д-р Галинка Павлова<sup>1</sup>, доц. д-р. Пламена Милушева<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Медицински университет, гр. София, ФОЗ

<sup>2</sup>Икономически университет – Варна

## OPPORTUNITIES FOR IMPROVING THE PROVISION OF MUNICIPAL SPECIALIZED OUTPATIENT MEDICAL CARE

Assoc. Prof. Galinka Pavlova, PhD<sup>1</sup>, Assoc. Prof. Plamena Milusheva, PhD<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Medical University, Sofia, Bulgaria

<sup>2</sup>University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Ковид пандемията фокусира вниманието на здравните мениджъри към наличието на проблеми със снабдяването на здравните заведения, с необходимите за дейността материали, консумативи, реактиви и медицинска апаратура. Цел на доклада е, въз основа на анализ и оценка на снабдяването на група общински лечебни заведения за специализирана извънболнична медицинска помощ, да се идентифицират области, които се нуждаят от усъвършенстване и в тази връзка да се формулират препоръки. За изследването, от гледна точка на обекта и методите за набиране на данни, е използван подходът „обзорно изследване чрез въпросници“, в който информацията е набрана по метода на лично интервю с управители на три общински ДКЦ-та на територията на град Варна. Усъвършенстването на веригата за доставки в общинските лечебни заведения за специализирана извънболнична медицинска помощ изисква повишаване познанията на мениджърите в тази област и осъзнаването за необходимост и полезност при реализиране конкурентоспособността на здравните структури.

**Ключови думи:** *снабдяване, доставчици, специализирана извънболнична медицинска помощ*

**JEL Класификация:** *D0*

The Covid pandemic has focused the attention of healthcare managers on the presence of problems with the supply of healthcare facilities, with the necessary materials, consumables, reagents and medical equipment. The purpose of the report is, based on an analysis and assessment of the provision of a group of municipal medical facilities for specialized outpatient medical care, to identify areas that need improvement and to formulate recommendations in this regard. For the study, from the point of view of the object and the methods of data collection, the "overview research through questionnaires" approach was used, in which the information was collected by the method of personal interview with managers of three municipal DCCs on the territory of the city of Varna. Improving the supply chain in municipal medical facilities for specialized outpatient medical care requires increasing the knowledge of managers in this area and the awareness of necessity and usefulness in realizing the competitiveness of health structures.

**Keywords:** *supply, providers, specialized outpatient medical care*

**JEL Classification:** *D0*

## **Въведение**

Ковид пандемията фокусира вниманието на здравните мениджъри към наличието на проблеми със снабдяването на здравните заведения с необходимите за дейността материали, консумативи, реактиви и медицинска апаратура.

Цел на доклада е, въз основа на анализ и оценка на снабдяването на група общински лечебни заведения за специализирана извънболнична медицинска помощ (СИМП), да се идентифицират области, които се нуждаят от усъвършенстване и в тази връзка да се формулират препоръки.

За изследването, от гледна точка на обекта и методите за набиране на данни, е използван подходът „обзорно изследване чрез въпросници“, в който информацията е набрана чрез лично интервю с управители на три общински диагностично-консултативни центрове (ДКЦ-та) на територията на град Варна.

Предвид заложената в доклада цел, възприетият подход на изследване цели да установи:

- 1. Степен на интеграция на снабдителните дейности*
- 2. Квалификация на персонала, ангажиран в снабдяването*
- 3. Прилагане на подходи и методи в снабдяването*
- 4. Използване на компютри и софтуер в снабдяването*
- 5. Критерии при избор на доставчици*
- 6. Брой доставчици на материал.*
- 7. Проблеми в работата с доставчици.*
- 8. Прилагани начини за даване на поръчки към доставчици.*
- 9. Вид на доставчика – производител или посредник.*
- 10. Продължителност на връзките с доставчиците.*

В съответствие с поставената цел, обект на настоящото проучване са общински ДКЦ - лечебни заведения за СИМП, които функционират на територията на град Варна. Данните за изследването са събрани през периода юли 2023 – август 2023 година. Обхванати са три ДКЦ-та. Изводите, които са направени, важат за анкетираните обекти.

## **Анализ на снабдяването на общински лечебни заведения за специализирана извънболнична медицинска помощ**

Функционирането на всяка една здравна организация, освен от наличието на необходимите квалифицирани медицински специалисти, зависи и от своевременното снабдяване с консумативи и реактиви, медицинска апаратура, офис техника, резервни части, канцеларски материали, почистващи и хигиенни материали и др.

С цел установяване степента на интегрирано управление на снабдителните дейности, интервюираните управители бяха помолени да посочат коя от шестте снабдителни дейности: Оперативно управление на снабдяването; Управление на запасите; Определяне на консумативи, части, техника (стоките) за закупуване; Избор на доставчици; Управление на складовете - в компетенциите на кой специалист /отдел/ е.

От една страна се установи липса на длъжностно лице, отговарящо за доставките в структурата и висока степен на интеграция, тъй като решенията във всички посочени

области са в компетенциите на управителя на здравното заведение, но от друга - отсъствието на квалификация в областта на снабдяването на здравните мениджъри е предпоставка за неефективното му управление. Показателен в това отношение е дефицитът на организация за осъществяване на количествен и качествен контрол при приемане на закупуваното.

По отношение на прилагането на управленски подходи при управление на снабдяването, с цел определяне на важните за изследваните заведения консумативи, части и други, управителите бяха запитани дали използват методи за обособяването им в различни групи („А“, „В“, „С“) въз основа на относителния им дял в потреблението или друг фактор, както и дали прилагат различни методи за управление на снабдяването за различните групи материали (консумативи). Резултатите от допитването установяват, че такива не се прилагат от здравните мениджъри. Заявеното кореспондира с данните за непознаването на метода - ABC анализ.

Във връзка с приложението на важни методи при управление на снабдяването, интервюираните отговаряха на въпроса: „Използвате ли методи за оценка на доставчици, с които работите?“ Отговорът беше отрицателен. Всички изследвани лечебни заведения въвеждат информация за доставките в счетоводна програма и не разполагат със специализиран софтуер за складови наличности. Този факт затруднява своевременната реакция при намаляване на запасите от консумативи и материали и представлява предпоставка за допускане на пропуски от субективен характер при снабдяването на лечебното заведение.

Изборът на доставчици и взаимоотношенията с тях са едни от най-важните задачи на снабдяването. В тази връзка управителите на лечебните заведения стриктно спазват изискванията за определени прагове на доставки според Закона за обществените поръчки, който определя условията и реда за възлагането им. Много добра представа за развитието на тази област при управлението на снабдителния процес дават посочените от управителите критерии при избор на доставчик. В трите обекта водещ критерии при избор на доставчици е цената.

Мястото на снабдителната проблематика може да се оцени и на база на отговорите на въпроса „Колко доставчика на материал (стока) имате?“ Интервюираните посочват, че общият брой доставчиците за всяко лечебно заведение са различни между 100 - 130, но между 1-2 на материал, в това число и доставчици на гориво и ел. енергия. Причината, поради които здравните заведения поддържат контакт с повече от един доставчик на материал е желанието да се предизвика конкуренция между доставчиците, довеждаща до по-ниски цени. В тази връзка управителите директно бяха запитани „С какви проблеми се сблъсквате при работа с доставчиците?“ Установи се, че най-често срещаните са: забавяния при изпълнение на поръчките. В най-голяма степен това се отнася за медицинска апаратура и резервни части за дефектиралите апарати, поради факта, че повечето са произведени от фирми в Китай и Южна Корея, които поддържат ниски пазарни цени срещу добро качество. Понякога се налага изчакване на доставки за резервни части повече от 3 месеца, което възпрепятства извършването на определеното изследване и се отразява негативно на приходите на лечебното заведение, поради отлив на пациенти, нуждаещи се от конкретната медицинска услуга.

В трите медицински заведения над 95% от материалите и стоките /почистващи препарати, канцеларски материали, медицинска апаратура/ се доставят от посреднически фирми. Логично, би следвало да се увеличи дялът на доставчици - производители (например на канцеларски и хигиенни материали), но тъй като медицинската услуга представлява специфична дейност, различна от производствената и потребните количества за всяко отделно ДКЦ не са големи, това затруднява директната реализация при снабдяването.

Във връзка с установените проблеми при работа с доставчиците, интервюираните бяха помолени да посочат в процентно съотношение използваните от тях начин/и (посещение при доставчика, по телефон, по поща, по интернет, чрез мейл, чрез електронен обмен на данни и др.) по който/ито комуникират с доставчици. Трите заведения за контакт с доставчици използват само телекомуникационни връзки, което създава условия за неточности в подаваната и приеманата от страните информация и липса на проследимост.

По повод горепосочените проблеми в работата с доставчиците и тяхното преодоляване, управителите бяха запитани „Как процедурат с доставчици, които създават описаните затруднения в работата им?“ Интервюираните съобщават, че затрудненията с доставчиците са рядкост и се отнасят в повечето случаи до доставка на медицинска апаратура и резервни части за нея. В тези единични случаи, се подхожда индивидуално и конкретно, като се обсъждат компенсации за закъснението или при възможност за друг доставчик, се прекратява договора.

От гледна точка на продължителността на бизнес връзките с доставчиците, управителите бяха запитани „Какви са вашите доставчици от гледна точка на продължителността на бизнес връзките Ви с тях?“. Продължителността на партньорските отношения са различни и зависят от предмета на доставка. Например за дейността на клиничните лаборатории, доставчикът се определя от закупения апарат, т.н. „затворена система“, който работи само с точно определени реактиви. В тези случаи продължителността на договорите са над 10 години. За останалите консумативи (санитарно-хигиенни и канцеларски материали) сътрудничеството е средно от 3 до 5 години, за горива и ел. енергия – договорите са едногодишни, което се определя от цените на участващите в ежегодно провежданите обществени поръчки.

Въз основа на направеното изследване в снабдяването на посочените обекти се открояват следните слаби страни:

- ниска степен на познаване и неизползване на управленски техники, концепции и термини, които са специфични за снабдяването;
- липса на специалисти, със съответната подготовка в областта на снабдяването, в структурите на ДКЦ-тата;
- наличие на ограничения при избор на доставчици, в резултат на основен критерий при избор на доставчици - цена на закупуването
- неефективен контрол за качество и количество на постъпващите материали и разходването им.

### **Заклучение**

Предвид факта, че изследваните лечебни заведения са общинска собственост, с цел повишаване ефективността при снабдяването, е препоръчително да се организират общи обществени поръчки за всички търговски дружества от СИМП, валидни за някои от необходимите за дейността материали, в т.ч. дезинфектанти, санитарно-хигиенни материали, канцеларски и офис консумативи, доставка на ел. енергия и горива. По отношение на снабдяването с медицинска апаратура, резервни части и реактиви следва да се запази индивидуалния подход на всяко общинско търговско дружество при спазване изискванията на Закона за обществените поръчки и Правилника за прилагането му.

Усъвършенстването на веригата за доставки в общинските лечебни заведения за СИМП изисква повишаване познанията на мениджърите в тази област и осъзнаването на необходимостта и полезността при реализиране конкурентоспособността на здравните структури.

### **Използвана литература**

1. Kahn, Kenneth B. (2018). Understanding innovation, *Business Horizons*, 61, issue 3, p. 453-460
2. Nordhaus, W. (2019). Climate change: The ultimate challenge for economics. *American Economic Review*, 109(6), 1991-2014
3. The Economist. (2023). Private markets remain attractive, even in a higher-rate world. [Online] Available at: <https://www.economist.com/leaders/2023/04/27/private-markets-remain-attractive-even-in-a-higher-rate-world>, [Accessed: 30/04/2023]

### **Информация за контакт с авторите:**

доц. д-р Галинка Павлова, дм  
МУ София, ФОЗ  
E-mail: [doc.gravlova@gmail.com](mailto:doc.gravlova@gmail.com)

доц. д-р Пламена Милушева  
Икономически университет – Варна, катедра „Индустиален бизнес и логистика“  
E-mail: [plamena@ie-varna.bg](mailto:plamena@ie-varna.bg)

# КОНЦЕПЦИЯТА НА СИМА ЗА БИЗНЕС МОДЕЛ КАТО ОСНОВА ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА ЕФЕКТИВНО УПРАВЛЕНСКО СЧЕТОВОДСТВО

гл. ас. д-р Драган Георгиев<sup>1</sup>, гл. ас. д-р Илиян Христов<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Икономически университет – Варна

## CIMA'S CONCEPT OF BUSINESS MODEL AS A BASIS FOR BUILDING EFFECTIVE MANAGEMENT ACCOUNTING

Chief Assist. Prof. Dragan Georgiev, PhD<sup>1</sup>, Chief Assist. Prof. Iliyan Hristov PhD<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

При изследване на възгледите на Института на сертифицираните управленски счетоводители (СИМА), става ясно, че ефективното управленско счетоводство изисква цялостно разбиране за бизнес модела на организацията. Той описва начинът, по който дадена организация генерира стойност, както на нейните пазарни сегменти, така и в макроикономическа среда, за да постигне устойчиво развитие. Тъй като двете ключови понятия „бизнес модел“ и „стойност“ могат да бъдат разглеждани от различни гледни точки и съответно да придобиват различно съдържание, това поражда необходимостта да се изясни какво СИМА „вижда“ в тях при изграждане на модела на ефективно управленско счетоводство, основан на Глобалните принципи за управленско счетоводство.

**Ключови думи:** бизнес модел, стойност, управленско счетоводство, глобални принципи за управленско счетоводство

**JEL Класификация:** M41

### Abstract

When examining the perspectives of the Chartered Institute of Management Accountants (CIMA), it becomes clear that effective management accounting requires a comprehensive understanding of the organization's business model. It describes how an organization generates value, both in its market segments and in the macroeconomic environment, to achieve sustainable development. Since the two key concepts, "business model" and "value," can be explored from different perspectives and consequently acquire different meanings, this necessitates clarifying what CIMA "sees" in them when constructing the model of effective management accounting based on the Global Management Accounting Principles.

**Keywords:** business model, value, management accounting, global management accounting principles

**JEL Classification:** M41

### Въведение

Независимо дали за дадена дейност съществува или не официален бизнес модел, в процеса на неговото осъществяване, е необходимо да се заложи изходна концепция относно използваните ресурси, протичащите процеси или дейности, крайните продукти и резултати, така че да се генерира печалба (СИМА, 2013). Още преди навлизането на термина "бизнес модел", всяка дейност се е основавала на определена идея как да създава и доставя стойност. Самият термин "бизнес модел" навлиза в края на 90-те години на

миналия век по време на интернет революцията и се превръща в утвърдена концепция при стратегическото мислене (CIMA, 2013).

Настоящият доклад има за цел да изясни същността и подчертае необходимостта от бизнес модела като важен компонент на ефективното управленско счетоводство във всяка една организация, в стремежа ѝ към създаване на стойност и устойчиво развитие. Ясната представа за същността на бизнес модела на предприятието е полезна за широк кръг от заинтересовани страни, както от външната, така и за вътрешната среда на организацията.

Актуалността на проблема е подсилен и от динамично развиващия се дигитален свят и технологичните промени, които създават нови предизвикателства за бизнес моделите на всяка една организация. Това затруднява ръководителите и служителите на всяка една компания в стремежа им да генерират стойност. Отговор на посочените предизвикателства до голяма степен предлагат Глобалните принципи за управленско счетоводство (GMAP – Global Management Accounting Principles) , чрез изграждане и внедряване на ефективното управленско счетоводство, основано на цялостна представа за бизнес модела на организацията. Последният описва начинът, по който дадена организация генерира стойност, както и на нейните пазарни сегменти и макроикономическа среда, за да постигне устойчиво развитие.

## **1. Необходимостта от ясна представа за бизнес модела**

Според Института на сертифицираните управленски счетоводители (CIMA - the Chartered Institute of Management Accountants) от жизненоважно значение за всеки ръководител и за висшите нива на управление е те да са наясно с начина на функциониране на бизнес моделите и как те създават стойност за компаниите. В наши дни бизнес средата се характеризира с динамични промени - постоянно се въвеждат нови технологии, поведението и желанията на клиентите непрестанно се изменят, веригите на предлагане и дистрибуционните канали се променят, а влиянието на групите от заинтересовани страни се увеличава и намалява с невиджано до момента в икономическата история темпо (CIMA, 2013).

В настоящата дигитална ера, все по-необходимо е финансовите специалисти да притежават подходящи технически умения, ясна представа за своята организация, както и да имат способността да въздействат и ръководят персонала си. Това налага използването на дигитален мениджмънт, за да може управленските счетоводители да получат по-задълбочен поглед върху своята организация, като по този начин успешно да изпълняват начертаните фирмени стратегии (AICPA & CIMA, 2020). Компаниите постигат реални ползи за бизнеса си, като използват дигиталните технологии като свое предимство и го интегрират в своя бизнес модел, за да променят и адаптират своите вътрешни операции и бизнес модели. Но не само дигиталният свят е причината за големите промени, иновации в бизнес практиките, бизнес моделите и нуждите на клиентите. Към това трябва да се прибавят и икономическите и обществените, промените в сферата на екологията, социалната сфера и др., които налагат необходимостта от промяна в приоритетите при управление на предприятието, за да може то да бъде в крак с тях (AICPA & CIMA, 2020).

Освен актуалността на въпросите, свързани с бизнес модела, в своите доклади CIMA също аргументира причините за изследване на понятието “бизнес модел”. То е широко използвано в бизнеса и в академичните среди по три основни причини (CIMA, 2016):

- някои регулаторни органи изискват от определен кръг организации да описват своите бизнес модели, когато представят информация пред акционерите. (напр. Законът

за дружествата на Обединеното кралство и "Ръководство за стратегическия отчет" на Съвета за финансовото отчитане (FRC - Financial Reporting Council ) (СИМА, 2016).

- бизнес моделите са инструментите, чрез които организациите създават дългосрочна стойност и постигат устойчив успех. Според Международния съвет за интегрирано отчитане (IIRC - International Integrated Reporting Council) добре разработеният и съгласуван бизнес модел насърчава интегрираното и цялостното мислене, което е основа на организационния успех в компанията. От тази гледна точка, ключова е ролята на висшите мениджъри да проектират и внедрят подходящи бизнес модели, които да дадат възможност на организациите да се възползват от заобикалящите ги бизнес възможности.

- за някои организации използването на бизнес модели представлява най-добра практика в управлението на бързо променящи се бизнес среди и дори организации, които не са задължени да използват или оповестяват бизнес моделите си, го правят (СИМА, 2016).

В допълнение на трите основни причини, може да се изведе още една съществена предпоставка за изследване на бизнес модела от теоретична и практическа гледна точка - като компонент при изграждането на ефективно управленско счетоводство, съобразно Глобалните принципи за управленско счетоводство (Принципите). Логическата връзката между управленското счетоводство и бизнес модела е ясно дефинирана в тях. Принципиите определят управленското счетоводство като "набиране, анализ, комуникация и използване на финансова и нефинансова информация, свързана с вземането на решения за генериране и запазване на стойност за организациите" (CGMA, 2018). Като се има предвид, че стойността е в основата на бизнес модела, следва, че управленското счетоводство може да подпомогне проектирането, прилагането и представянето на бизнес модела. Дейностите на всяка една компания са насочени към операции, свързани със създаване на стойност. По този начин се формира всяка среда на организацията и се осъществява нейната адаптация в съответствие със заобикалящата я среда.

Ефективното управленско счетоводство изисква цялостно разбиране на бизнес модела на организацията, който описва начинът, по който дадена организация генерира стойност, както и на нейните пазарни сегменти и макроикономическа среда, за да постигне устойчиво развитие. Тъй като двете ключови понятия „бизнес модел“ и „стойност“ могат да бъдат разглеждани от различни гледни точки и съответно да придобиват различно съдържание, е от съществено значение да се изясни какво СИМА като част от Асоциацията на международните сертифицирани професионални счетоводители (AICPA – The Association of International Certified Professional Accountants) „вижда“ в тях при изграждане на модела на ефективно управленско счетоводство, базирано на Принципите.

## **2. Изясняване на същността на понятията “бизнес модел” и “стойност”**

Терминът “бизнес модел”, макар и във фокуса на непрестанни дискусии, до скоро не е бил охарактеризиран с една общоприета дефиниция. Докато едни автори го разглеждат през призмата на бизнес стратегиите и конкурентните предимства, то други прилагат една по-широкообхватна гледна точка, като определят бизнес модела като цялостното въздействие на предприятието върху заобикалящата го среда.

Много често понятието “бизнес модел“ се отъждествява с понятието “бизнес стратегия“. Според едно от най-популярните определения за стратегията, тя е „курсът на действие, който организацията предприема, преследвайки целите си и съобразявайки се със своите външни възможности и заплахи и с вътрешните си силни и слаби страни“ (Серафимова, 2015). Ramon Casadesus-Masanell и Joan E. Ricart (2011) се опитват да



разграничат двете понятия. Според тях бизнес моделът е ". . . логиката основа на компанията - как тя функционира, как създава и улавя стойност за заинтересованите страни на конкурентния пазар. Това определение предполага, че предприятието е направило избор как желае да се конкурира на пазара. Системата от избори и последствия е отражение на стратегията, но на практика не е самата стратегия - това е бизнес модел. Стратегията се отнася до условен план за бизнес модела, който да се използва. . . . Докато всяка организация има бизнес модел, то не всяка организацията има стратегия - план за действие за непредвидените обстоятелства, които могат да възникнат."

А. Атанасова (2021) подчертава, че „управленското счетоводство трябва да свързва бизнес модела и стратегията на предприятието с цел запазване и нарастване на стойността му.“ От гледна точка на процеса на стратегическото планиране, бизнес моделът се основава едновременно на стратегията, визията и мисията на организацията. Следователно може да се твърди, че корпоративната стратегия и бизнес модела вървят “ръка за ръка“. Поради тази причина двата инструмента на управление трябва да се разглеждат заедно, защото промяната в стратегията неимоверно ще наложи изменение и в бизнес модела.

СИМА прави обзор на множество популярни определения за бизнес модела в процеса на извеждане на собствена дефиниция (СИМА, 2016). Според някои автори бизнес моделът представя "съдържанието, структурата и управлението на стопанските операции, предназначени да създават стойност чрез оползотворяване на бизнес възможности" (Zott & Amit, 2010) или представлява "логиката на организацията, начинът на функциониране и пътя, по който тя създава и улавя стойност за своите заинтересовани страни" (Baden-Fuller, et al., 2008). Бизнес моделът е и обяснение, което изяснява как организациите функционират, включително как правят пари и как предоставят стойност на клиентите при подходящо ниво на разходите (Magretta, 2002). Те се считат и за "набор от ключови решения, които заедно определят начина, по който предприятието генерира своите приходи, разходи и управлява своите рискове" (Girotra & Netessine, 2015) и олицетворяват "организационната и финансовата "архитектура" на бизнеса" (Teese, 2010).

FRC (Financial Reporting Council) (AICPA, 2018) инкорпорира темата за създаването на стойност по следния начин при дефинирането на бизнес модела - "начин, по който предприятието генерира или запазва стойността си в дългосрочен план". Това не е изненадващо, защото всяка организация съществува, за да отговори на нуждите на определена група.

Според KPMG всяко описание на бизнес модела трябва да включва начина, по който е структурирана организацията, пазарите, на които оперира, начина, по който се ангажира с тези пазари, нейните основни продукти и услуги, нейните основни сегменти от клиенти, както и основните дистрибуционни методи. По този начин бизнес моделът се фокусира не само върху това как организациите създават стойност, но също и как те предоставят стойност (Magretta J., 2002), улавят стойност (Baden-Fuller, et al., 2008) и вземат решения, които са в основата на създаването на стойност (Girotra & Netessine, 2015).

В рамките на информационен доклад Международният съвет за интегрирано отчитане (IIRC) (2013), при разработване на рамката за интегрирано отчитане, успява да съчетае различните начини, по които се използва терминът "бизнес модел" и извежда обща и широкоприета дефиниция за него: "Избраната система от входящи ресурси, бизнес дейности, крайни продукти и резултати, която има за цел да създава стойност в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен план" (СИМА, 2013). Въпреки, че определението е разработено с идеята да послужи на съответната рамка за отчитане и оповестяване, то има по-широко поле на приложение, като дава възможност на организациите да придобият по-ясна визия относно техния бизнес модел и да управляват ефективно бизнеса си.

Според СИМА бизнес моделът интегрира в себе си елементите на създаване, доставяне и улавяне на стойността (AICPA, 2018). Предприятията трябва да определят стойността, целта и стратегията (т. е. да вземат решения относно стойността), като създават, доставят и улавят остатъчната стойност за себе си и за останалите заинтересовани от тяхната дейност страни. За да определят стойността, организациите преценяват за кого създават стойност, с каква цел и какво се счита като ценно за тях. За да създадат стойност, фокусът е върху начина, по който ресурсите се осигуряват и се превръщат в продукти, които клиентите желаят. Това означава, че е необходимо да се начертае стратегия. Предоставянето на стойност означава да се намерят начини стойността да достигне до тези, за които е създадена. Улавянето на стойността означава да се гарантира, че има достатъчно остатъчна стойност, която да се разпредели между предприятията, техните акционери и другите заинтересовани страни (СИМА, 2016).

Следователно, стойността е в основата на бизнес моделите, като СИМА представя едно по-широко разбиране за нея, спрямо това, възприето в счетоводството. Стойността е свързана с хората и по-скоро с начина по който техните нужди се удовлетворяват. Тя се създава от хората, заедно с хората и за хората, а това зависи от конкретните условия и опита. Икономистите и философите изясняват това чрез концепция за полезността (CGMA, 2018).

Според СИМА стойността надхвърля най-често разглежданата стойност за акционерите, като обхваща създаването на споделена стойност. Организациите осъзнават, че стойността се създава съвместно от различни заинтересовани страни и е необходимо да се постигне симетрия в нейния обмен помежду им. Твърди се, че стойността за акционерите може да бъде оптимизирана в дългосрочен план, тогава когато другите заинтересовани страни получават подходящи стимули да създават стойност съвместно с акционерите (CGMA, 2018).

Обхватът на стойността не се ограничава само до миналото, а включва настоящето и бъдещето. Така например ретроспективната стойност се използва при изготвяне на финансовите отчети, настоящата стойност в оперативното управление, а бъдещата стойност при оценка на инвестициите (CGMA, 2018). В краткосрочен план тя е важна, за да може предприятията да оцелеят и да имат някаква перспектива в дългосрочен план.

С оглед на гореизложеното, първоначално е изведена следната дефиниция: “бизнес моделът показва как предприятието по последователен и съгласуван начин дефинира, създава, доставя и улавя стойност за, с и към своите ключови заинтересовани страни” (СИМА, 2016).

След публикуването на първоначалния доклад за бизнес модела *Rethinking the Business Model*, публикуван в *FM magazine* през 2016, от СИМА решават да проведат консултации в международен план относно неговата рамка и да получат експертна обратна връзка от професионалисти в сферата на финансите и бизнеса. Посочените консултации имат за цел да установят неговите силни и слаби страни, за да се подобри доказателствена му тежест и да го направят по-широко приложим и актуален. От Асоциацията са домакини на редица кръгли маси по целия свят през лятото на 2017 г., включително в САЩ, Европа, Азия и Австралия (AICPA, 2018). Установява се, че определението за бизнес модел е твърде статично. Актуализираната дефиниция в доклада от 2018 г. е следната – “бизнес моделът показва как предприятието непрекъснато дефинира, създава, доставя и улавя стойност за, с и към своите ключови заинтересовани страни до колкото е необходимо с течение на времето” (CGMA, 2018).

В актуализирания доклад се изяснява как стойността се създава, предоставя и споделя между заинтересованите страни през призмата на бизнес модела. Въпреки, че се акцентира едновременно на стойността, както за клиентите, така и на инвеститорите, той се застъпва за една по-широка концепция за споделената стойност. Основен елемент на

посочения доклад е акцентът върху необходимостта от свързаност и съгласуваност между организацията и нейната оперативна среда (както вътрешна, така и външна), като по този начин се насърчава интегрираното мислене (AICPA, 2018). Екосистемата е средата, в която организацията функционира и в нея се включват етичните ограничения, проблемите, свързани с работната сила, натискът от страна на клиентите и конкуренцията, взаимоотношенията с доставчиците и социалните, политическите и икономическите условия в по-широк план (AICPA, 2018). Бизнес моделът формира и се формира от фирмената култура и от натиска на конкуренцията. Разбирането на бизнес модела може да даде възможност на ръководителите да проучат културите и субкултурите на предприятието и да го съгласуват с целта и визията на организацията. По същия начин разбирането на бизнеса моделите на конкурентите може да даде полезна представа за пазарната позиция на организацията.

Въпреки, че дискусиите относно дефиницията за бизнес модел обуславят известна несигурност, едно е ясно - бизнес моделът има съществено значение. В днешната бизнес среда е важно да се знае какво точно прави бизнес модела устойчив, тъй като традиционните модели понякога се оказват морално остарели. Организациите трябва да бъдат устойчиви и адаптивни. Мениджърите следва да са наясно как бизнесът им ще реагира на колебания в качеството и количеството на основните ресурси. Тази способност за реагиране на промените е ключов елемент на ефективния и устойчив бизнес модел. За да може да бъде изграден устойчив бизнес модел в предприятието, е необходимо ръководителите да притежават нов инструментариум от знания, свързан с управление на организацията, процесите на вземане на решения, следване на стратегията и изграждане на устойчив бизнес модел за развитие (AICPA, 2020). **Информационно осигуряване на този управленски инструментариум следва да се основава на ефективно управленско счетоводство, което подпомага проектирането, прилагането и представянето на бизнес модела, като за целта то трябва да се основава на най-добри практики и общоприети от заинтересованите страни принципи.**

Всичко изложено дотук разкрива една нова по-актуална и задълбочена гледна точка относно същността и приложението на бизнес модела, представени и в последния публикуван доклад за бизнес модела. Предвид ключовата значимост на бизнес модела като **фундамент за изграждане на ефективно управленско счетоводство**, се налага заинтересованите страни в тази сфера внимателно и задълбочено да се запознаят и вникнат в замисъла на неговата концептуална рамка. Това на свой ред поражда необходимостта от допълнителни проучвания в тази насока, които да изяснят посочените въпроси, да ги направят по-достъпни до заинтересованите страни.

### **3. Бизнес моделът като ключов компонент за изграждане на ефективно управленско счетоводство**

Според Принципите, стратегията на организацията определя корпоративните цели, които следва да се постигнат при прилагане на бизнес модела. Той от своя страна изяснява как се генерира, доставя и запазва стойността в организацията. Бизнес моделът на организацията представя избраната система от входящи ресурси, бизнес дейности, продукти и постигнати резултати (AICPA, 2017). Управленското счетоводство свързва стратегията на организацията с бизнес модела чрез системата за управление на представянето. Целта на мениджърите е организациите да продължават да генерират стойност за заинтересованите страни в бъдеще, което може се случи само при бизнес модел, който е бързо адаптивен и устойчив (AICPA, 2017). За да постигнат устойчив успех, организациите трябва да идентифицират и използват възможностите за генериране стойност спрямо заинтересованите страни, като същевременно активно управляват своите разходи

и рискове. За да се случи това, мениджърите участват и наблюдават управлението на представянето.

От Асоциацията отбелязват един съществен принос на Принципите в управленското счетоводство - те са най-добрата рамка за интегрирано мислене и вземане на решения в предприятието (CGMA, 2016). Управленското счетоводство е в основата на вземане на информирани и ефективни решения, защото то извежда на преден план най-подходящата информация за анализ и създаване на стойност в предприятието. Глобалните принципи за управленско счетоводство описват същността на интегрираното мислене. Те дават необходима и точна информация, която отразява цялостния миروглед за създаване на стойност в предприятието в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен план. Принципите спомагат да се анализира какво се случва с бизнес модела и насърчават поведение, което изгражда доверие, споделя информация и осъществява влияние. По този начин управленското счетоводство реално се основава на интегрирано мислене в рамките на дадено предприятие.

M. Abednazari, F. Roodposhti, H. Nikoomaram и Z. Pourzamani (2018) в свое изследване доказват, че ако управленското счетоводство не е в съответствие с принципа на стойност, то не би съществувала жизненоважната връзка между управленското счетоводство и бизнес модела на предприятието, чрез която връзка да се оценяват и анализират различни сценарии и модели. Следователно липсата на задълбочено разбиране за бизнес модела на предприятието, довежда до неправилно моделиране на възможностите и рисковете за организацията.

Към изграждането на ефективното управленско счетоводство е необходимо да се отчете и ролята на специалистите в тази област. Регулярната преоценка на желаните резултати спрямо действителното представяне, крайните продукти и стратегически цели може да доведе до нуждата от корекции и промени в бизнес модела. В този несигурен свят управленските счетоводители играят ключова роля в поддържането на актуален, устойчив и бързо адаптиращ се към промените в условията бизнес модел на организацията (CIMA, 2013).

### **Заклучение**

Бизнес моделът „показва как една организация непрекъснато определя, създава, доставя и улавя стойност за, със и към нейните ключови заинтересовани страни до колкото е необходимо с течение на времето“ (AICPA, 2018). Настоящият доклад извежда и подчертава жизненоважната значимост на бизнес модела като основа за изграждане на ефективно управленско счетоводство във всяка една организация, което обуславя нуждата всички заинтересованите страни в тази сфера внимателно и задълбочено да познават и разбират замисъла на неговата концептуална рамка.

Управленското счетоводство има съществен принос за устойчивото развитие на организациите, тъй като изисква задълбочено разбиране относно техния бизнес модел, пазарите и макроикономическа среда на организациите. Както става ясно, организациите не осъществяват своите дейности изолирани от заобикалящата ги среда (AICPA, 2018). Те следва да се адаптират и развиват в нея, което от своя страна изисква от тях да я изследват. Всичко посочено определя и необходимостта от допълнителни научни и практически проучвания за бизнес модела, за да се превърне той в основа на интегрираното мислене на всяка компания и като ключова стъпка към изграждането на ефективно управленско счетоводство.

## Използвана литература

1. Abednazari, M., Roodposhti, F., Nikoomaram, H., & Pourzamani, Z. (2018). A Critical View of Global Management Accounting Principles. *International Journal of Finance and Managerial Accounting*, 3(9), 18-27.
2. AICPA. (2017). *Guide to the Global Management Accounting Principles®. Effective management accounting: Improving decisions and building successful organisations*. [Online] Available at: <https://www.sidrea.it/wp-content/uploads/2015/03/global-management-accounting-principles.pdf>, [Accessed: 30/09/2023]
3. AICPA. (2018). *Rethinking the business model 2018. Business Models Concepts*. [Online] Available at: <https://www.aicpa-cima.com/resources/download/business-models-concepts-cgma-white-paper>, [Accessed: 30/09/2023]
4. AICPA, CIMA. (2020). *GMAP Effective management accounting: Improving decisions and building successful organisations*. [Online] Available at: <https://www.aicpa-cima-cn.com/upload/file/File20230710170611.pdf>, [Accessed: 30/09/2023]
5. Baden-Fuller, C., IC MacMillan, B., Demil, X., Lecocq. (2008). Call for Papers for Long Range Planning Special Issue on Business Models. [Online] Available at: <https://www.sciencedirect.com/journal/long-range-planning/about/call-for-papers>, [Accessed: 30/09/2023]
6. Casadesus-Masanell, R., Ricart, J. (2011). How to design a winning business model. *Harvard Business Review*, January-February. [Online] Available at: <https://hbr.org/2011/01/how-to-design-a-winning-business-model>, [Accessed: 30/09/2023]
7. CGMA. (2016). *THE CGMA perspective: Why management accounting is integrated thinking*. [Online] Available at: <https://www.aicpa-cima.com/resources/download/integrated-thinking-in-integrated-reporting>, [Accessed: 30/09/2023]
8. CGMA. (2018). *Business Models Concepts. Rethinking the business model 2018*.
9. CIMA. (2013). *Building Resilience: An introduction to business models*. [Online] Available at: <https://aicpaconferences.com/sessions/6228/view>, [Accessed: 30/09/2023]
10. CIMA. (2016). *An FM Report: Rethinking The Business Model*. Available at: [https://issuu.com/cimaglobal/docs/cima\\_business\\_model](https://issuu.com/cimaglobal/docs/cima_business_model), [Accessed: 30/09/2023]
11. Girotra, K., & Netessine, S. (2015). Four Paths to Business Model Innovation. *Harvard Business Review*. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/293007230\\_Four\\_paths\\_to\\_business\\_model\\_innovation](https://www.researchgate.net/publication/293007230_Four_paths_to_business_model_innovation), [Accessed: 30/09/2023]
12. IIRC. (2013). *Business Model Background paper for <IR>*. Available at: [https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/03/Business\\_Model.pdf](https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/03/Business_Model.pdf), [Accessed: 30/09/2023]
13. Magretta J. (2002). Why Business Models Matter. *Harvard Business Review*. Available at: <https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter>, [Accessed: 30/09/2023]
14. Teece, D. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*(43), 172 - 194.
15. Zott, C., & Amit, R. (2010). Business Model Design: An Activity System Perspective. *Long Range Planning*(43), 216-226.
16. Атанасова, А. (2021). *Управленско счетоводство (ИУ-Варна)*. Наука и икономика. Варна.
17. Серафимова, Д. (2015). *Теория на управлението*. СТЕНО. Варна.

**Информация за контакт с авторите:**

*гл. ас. д-р Драган Георгиев*

*Икономически университет – Варна, катедра “Счетоводна отчетност”*

*E-mail: [dragan.georgiev@ue-varna.bg](mailto:dragan.georgiev@ue-varna.bg)*

*гл. ас. д-р Илиян Христов*

*Икономически университет – Варна, катедра “Счетоводна отчетност”*

*E-mail: [ilian\\_hristov@ue-varna.bg](mailto:ilian_hristov@ue-varna.bg)*

# ПРИЛОЖЕНИЕ НА ИЗКУСТВЕНИЯ ИНТЕЛЕКТ В ОПЕРАЦИОННИЯ МЕНИДЖМЪНТ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕЗ ИЗПОЛЗВАНЕТО МУ

гл. ас. д-р Стефан Калпачев  
Икономически университет- Варна

## APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN OPERATIONS MANAGEMENT AND CHALLENGES IN ITS USE

Chief Assist. Prof. Stefan Kalpachev, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

През последните 10 години изкуствения интелект значително измени традиционната парадигма на операционния мениджмънт за компромисите, които е необходимо да се правят при дизайна на трансформационния процес по отношение на вариативност на продуктите, обем, и контакт с клиента. Компаниите възприемат бързо интелигентни технологии, които позволяват автоматизирано събиране на данни в реално време, анализ и прогнозиране. Целта на този доклад е да се разгледат последните приложения на изкуствения интелект в операционния мениджмънт(ОМ) и последиците при управлението на веригата за доставки. В доклада се обсъжда използването на дигитални близнаци и блокчейн технологиите и предимствата им. Обсъждат се и основните предизвикателства, които поставят тези технологии при използването си.

**Ключови думи:** *операционен мениджмънт, изкуствен интелект, блокчейн.*

**JEL Класификация:** *M11*

### Abstract

In the last 10 years, artificial intelligence has significantly changed the traditional operations management paradigm for the trade-offs that need to be made in the design of the transformation process in terms of product variability, volume, and customer contact. Companies are rapidly adopting smart technologies that enable automated real-time data collection, analysis and forecasting. In this study, we examine recent applications of artificial intelligence in operations management (OM) and the implications for supply chain management. The report discusses the use of digital twins and blockchain technologies and the benefits they bring. The main challenges posed by these technologies in their use are also discussed.

**Keywords:** *operations management , artificial intellect, blockchain*

**JEL Classification:** *M11*

### Въведение

Изкуственият интелект (ИИ) е широка научна дисциплина явяваща се пресечна точка на компютърните науки, статистиката, управлението на операциите, математиката, хуманитарните науки, социалните науки и философията. ИИ има за цел да разработи небιологични системи, като машини и компютри, за изпълнение на задачи, които обикновено изискват човешки интелект. Машинното обучение (МО), от друга страна, е поддисциплина на ИИ, която се фокусира върху приложенията на статистическото обучение. МО има за цел да разработи алгоритми, които са в състояние да създават

асоциации за автоматично обучение чрез големи обеми данни в реално време и които да се подобряват с опита, без да бъдат изрично програмирани. Изследванията на ИИ датират от 40-те години на миналия век, когато учените започват да обсъждат възможността за създаване на мислеща машина. Тестът на Тюринг (Turing, 1950), предложен през 1950 г. се смята за първия философски сериозен аргумент за тест на ИИ. Според този тест, ако човек-наблюдател не може да различи разговор с машина от разговор с човек, тогава се приема, че машината е интелигентна. Първите приложения са фокусирани върху разработването на компютърни програми, които могат да се състезават с човешки играчи в игри като дама, шах и Го. Например, програмата на Артър Самуел за дама през 1959 г. е била достатъчно интелигентна, за да предизвика аматьорски играч (Samuel 1959). Терминът ИИ обаче е измислен за първи път от Джон Маккарти по време на конференцията в Дартмут през 1956 г., което бележи раждането на ИИ като научна дисциплина (McCarthy et al. 2006).

През последните години ИИ привлича значителни инвестиции за научноизследователска и развойна дейност на високотехнологичните компании, като например през 2016 г. компаниите са инвестирали между 26 и 39 милиарда долара в ИИ, което е повече от три пъти повече от 2013 г. (Bughin et al. 2017). Веригите за доставки до голяма степен се възползват от този нарастващ интерес и инвестиции в ИИ технологии. Усъвършенстваните информационни системи, като облачно съхранение, интернет на нещата, безжични технологии и достъпни като ценово сензори, действат като стимули за еволюцията на бизнес операциите. В настоящето е възможно бизнес процесите и веригите за доставки, дори в множество фирми и различни географски райони, да са безпроблемно свързани. Интелигентните устройства, данните за точките на продажба, мобилните приложения и сензорите позволяват на бизнеса да събира демографски, географски и поведенчески потребителски данни в реално време, което е критично за разработването на продукти/услуги и планирането на капацитета. Приложенията с изкуствен интелект подобряват производителността на операциите чрез роботика и автоматизация, и позволяват на пласментната функция да разбере по-добре и предвиди търсенето на клиентите. Отзивчивостта придобива значение в света на веригата за доставки, тъй като клиентите постепенно изискват продукти по спецификация и персонализирани услуги в кратки срокове и при намалени срокове за доставка.

Целта на този доклад се разгледат последните приложения на ИИ в операционния мениджмънт (ОМ) и последиците при управлението на веригата за доставки. Анализирани повече от 400 случая на употреба в 19 индустрии, доклад на McKinsey (Chui et al. 2018) оценява потенциалната стойност на ИИ като 3,5\$ до 5,8\$ трилиона, от които 0,2\$-0,3\$ милиарда в здравни услуги, 0,7\$ до 1,0\$ милиарда в производство и 0,4\$-0,8\$ милиарда в търговията на дребно, а същевременно приложенията за машинно обучение могат значително да увеличат онлайн продажбите (с до 30%), да намалят запасите (с до 50%), да намалят времето за доставка (с до 30 %) и подобрят ефективността на производството (с до 10%) (Bughin et al. 2017).

## **1. ИИ в операционния мениджмънт**

Дигитализацията на производството инициира значителна промяна в управлението на трансформационния процес в индустрията. Този преход е толкова всеобхватен, че днес се нарича Индустрия 4.0. Четвъртата индустриална революция започва с приемането на компютри и автоматизация през третата индустриална революция и я подобрява с интелигентни и автономни системи, захранвани от големи обеми от данни и МО. В известен смисъл Индустрия 4.0 максимизира ефективността от използването на данни, компютри, алгоритми и автоматизация. Например компанията "Биг Ривър Стийл"



ООД в Арканзас използва ИИ, който се захранва от задълбочено обучение и невронни мрежи, за да създаде „самообучаваща се фабрика“, за да открива проблеми по време на производство, да гарантира постигането на определеното качество и да пести енергия (Murawski 2019). Данните за обучение на алгоритмите се улавят от хиляди сензори. ИИ събира данни за условията на оборудването, като налягане и температура. Той също така проследява състоянието на постъпващата стопилка, графика за доставка на клиенти и разходите за електроенергия. Технологиите помагат на предприятието да произвежда различни видове стомана с по-ниски оперативни разходи, което му осигурява конкурентно предимство.

Технологиите, които се асоциират с превръщането на Индустрия 4.0 в реалност са автономните роботи, индустриалният интернет на нещата, адитивното производство (3D-печат), облачни технологии, разширената реалност, дигиталните близнаци и блокчейн технологиите. В настоящата публикация се фокусираме най-вече върху дигиталните близнаци и блокчейн технологиите.

Дигиталните близнаци са софтуерни модели на проследими чрез сензори физически средства за производство и са предназначени да отчитат работата им, чрез което да улеснят намаляването на скъпите непланирани прекъсвания на оборудването. Конвергенцията на технологии като сензори, облачни услуги, анализът на големи обеми от данни и машинно обучение позволяват това да се реализира. Например компаниите Шеврон и Юнилевър използват технологията на дигиталните близнаци за превантивна поддръжка на оборудването (Castellanos 2019; Smith 2019). В заводите на Unilever устройствата изпращат в облака информация в реално време за температура, скорост на двигателя и други производствени променливи. Алгоритмите приемат данните и използват усъвършенствани анализи, за да посочат най-добрите условия за работа. Работниците на място проследяват качеството на продукта с ръчни устройства, моделират решения на проблеми и споделят данни с колеги на други места.

От друга страна, блокчейнът може да се използва във всички сектори на индустрията за адресиране на различни видове проекти и заинтересовани страни. Блокчейнът може да се определи като разпределяема и защитена счетоводна книга (Olsen and Tomlin 2019). Той е разпределен в смисъл, че може да бъде достъпен и записван от всяко (евентуално упълномощено) местоположение, а данните му се съхраняват в peer-to-peer мрежа (т.е. не на централно място). Той е сигурен, защото след добавяне на блок към веригата, той не може да бъде променен едностранно. По този начин информация не може да бъде изтрита. Блокчейн технологията позволява да се съхранява информация за цялата история на продукта, докато той пътува по веригата на доставки. Въпреки че това може да се направи и чрез централна база данни, като тези, предоставени от фирми за корпоративен софтуер (напр. SAP и Oracle), нейният разпределен характер осигурява по-голяма гъвкавост. С блокчейн няма нужда да се разрешава достъп на трети страни до системи с поверителна информация. Освен това всеки във веригата за доставки може да качва информация във веригата и не е необходимо да бъде директно свързан с някакъв централизиран „собственик“. Един възможен бъдещ сценарий е поставянето на RFID сензор към всеки новопроизведен продукт, който в последствие записва времето на промяна на физическа локация, температурни амплитуди и т.н. при което сканирането му би могло да се използва от страна на крайните клиенти при покупка, но също така при удостоверяването на възникването на гаранционни събития или за сключването на т.нар. "умни" договори, при които заплащането на логистичната компания да зависи от достигането на определени температурни екстремуми.

Шмиц и др. (Schmitz et al. 2019) посочват пет основни препятствия, които производственият сектор трябва да преодолее, за да се възползва напълно от технологиите на Индустрия 4.0. Първо, дори водещите компании в приложението на Индустрия 4.0 се

борят с това как да подобрят уменията на сегашните си работници, за да поемат нови отговорности, станали възможни благодарение на развитието на технологиите, и да наемат нови служители с правилните умения. Приемането на техническа експертиза отнема време и пари.

Второ, компаниите не желаят да правят огромни финансови инвестиции за технологиите на Индустрия 4.0 поради възприеманата висока цена и риска при увеличаването на мащаба на прилагане.

Трето, възвръщаемостта на инвестициите в технологиите на Индустрия 4.0 е относително дълга. Шмиц и др. (2019) предлагат да се възприеме подходът на минималния жизнеспособен продукт чрез прилагане в малък мащаб, за да се минимизират първоначалните разходи за прилагане в голям мащаб.

Четвърто, малките пилотни внедрявания на концептуалните технологии, познати като Индустрия 4.0 обикновено показват неясна бизнес стойност, тъй като мениджърите не успяват да оценят потенциалното въздействие на пилотния проект върху производствените процеси и да определят точно критериите за успех. И накрая, поради липса на фокус, компаниите често се затрудняват да определят на коя пилотна технология да се даде приоритет. Шмиц и др. (2019) препоръчват приоритизирането да се прави на база максимално генериране на добавена стойност, на база на което да се избират и пилотните проекти за реализиране.

## **2. Предизвикателства**

### **2.1. Изместване на човешкия труд**

ИИ, автоматизацията и роботиката имат значително въздействие върху човешките ресурси във в производството и веригите за доставки. Acemoglu и Restrepo (2018) посочват, че тези нови технологии все повече заместват труда, създавайки силен „ефект на изместване“ в икономиката. Те твърдят, че ако ефектът на изместване не е балансиран с по-мощна противодействаща сила, наречена „ефект на възстановяване“ (създаване на нови задачи за труда), повишаването на производителността в икономиката няма да бъде устойчиво и няма да бъде постигнат балансиран икономически растеж. Устойчивият икономически растеж изисква просперираща средна класа с относително високи и стабилни доходи. Високата безработица води до намаляване на потреблението, което от своя страна удря веригите за доставки, които произвеждат стоки и предоставят услуги за средната класа. Следователно ефекта на изместването трябва да бъде компенсиран, за да се минимизират негативните ефекти от него.

Въпреки че има вероятност ИИ технологиите да продължат да заменят някои задачи, които преди са били изпълнявани само от човек или чрез сътрудничество между човек и компютър, като разпознаване на модели, прогнозиране, логистика и вземане на решения (Nilsson 2009), Acemoglu и Restrepo (2018) подчертават, че има много присъщи човешки задачи, които са трудни за автоматизиране, включително „сложно разсъждение, преценка, учене, базирано на аналогия, абстрактно решаване на проблеми и комбинация от физическа активност, емпатия и комуникация“. Например Daugherty и Wilson (2017) идентифицират някои нови задачи за компаниите с ИИ. Тези нови длъжности включват

- „обучители“, които обучават ИИ алгоритмите за по-добро представяне;
- „обяснители“, които обясняват решенията на ИИ на нетехнически професионалисти, и
- „поддръжка“, които наблюдават ефективността и създават устойчиви ИИ решения.

## 2.2. Отговорност на компаниите

Въпреки огромните си ползи, приложенията на ИИ в момента работят в "сивата" правна зона, която се счита за недобре регулирана. Неадекватното регулиране създава среда, в която бизнес организациите, ориентирани към печалба, са стимулирани да ускорят внедряването на ИИ технологии, като същевременно отделят минимално време за тестове, които са жизненоважни за защита на потребителите от многобройни вреди и пристрастия (Whittaker et al. 2018). Освен това неадекватното регулиране затруднява намирането на юридическо лице от страна на доставчика, което да носи отговорност, ако потребителят бъде увреден от автоматизирана технология. Уитакър и др. (2018) установяват че е много трудно да се установи кой трябва да бъде държан под отговорност, в случаи когато автономно превозно средство участва в автомобилна катастрофа. В този контекст AI Now Institute публикува няколко доклада от 2016 г. насам, съставяйки списък с отрицателни въздействия на ИИ върху потребителите. Тези доклади правят много етични и практически препоръки за по-добро регулиране на технологичните компании и други субекти, които произвеждат и използват ИИ технологии. Докладите подчертават значението на специфичното за сектора регулиране и прозрачността и отчетността на цялата верига за доставки на ИИ технологии (Whittaker et al. 2018).

Повечето МО алгоритми, основно базирани на невронни мрежи, работят като черни кутии, които правят милиони итеративни изчисления върху големи обеми от данни, за да оптимизират параметрите на модела, които в крайна сметка класифицират или прогнозираят въз основа на дефинирана целева функция (Daugherty and Wilson 2017). Въпреки че ефективността на алгоритъма може да бъде тествана и валидирана, специалистите по данни често не могат да предоставят подробни обяснения на вътрешната работа на машинното обучение (Daugherty and Wilson 2017). За да се справи с този проблем, Европейският парламент приема Общ регламент за защита на данните (GDPR) през 2016 г., предоставяйки на потребителите правото да поискат обяснение относно решение, взето от автоматизирана система (EUGDPR 2016). Тази стъпка е особено важна за регулиране на технологичните компании, които разработват приложения, пряко свързани с благосъстоянието на техните потребители.

Тази стъпка е особено важна за регулиране на технологичните компании, които разработват приложения, пряко свързани с благосъстоянието на техните потребители. Нейната интернационална приложимост има за цел да регулира компании, които използват данни на граждани на ЕС, независимо къде се намира компанията, като глобява нарушителите до 4% от годишния глобален оборот или 20 милиона евро (което от двете е по-голямо) (EUGDPR 2016)

Може да се заключи, че разпоредби като GDPR и интердисциплинарни проучвания и доклади от изследователски институти като AI Now Institute помагат за по-добра защита на потребителите от потенциални опасности и гарантират, че субектите, които разработват и използват ИИ технологии, ще носят отговорност. Осигуряването на отчетност също би изградило обществено доверие по отношение на ИИ технологиите, което от своя страна би било от полза за веригите за доставки, които разчитат на ИИ технологии, за да повишат ефективността на своите операции.

## 2.3. Сигурност на информацията

Нарастващото търсене на персонализирани продукти и услуги изисква веригите за доставки да събират, съхраняват и обработват огромни количества лични данни, които са както структурирани (име, данни за географско местоположение, уникален идентификационен номер и др.), така и неструктурирани (публикации, снимки, видеоклипове и др.). Веригите за доставки трябва да инвестират значителен капитал в информационни

технологии, за да осигурят правилно съхранение и сигурност на данните. Поради спецификата на тези разходи те обикновено възлагат тези възможности на външни изпълнители, като сключват договор с технологични фирми, вместо да купуват такава способност (Dogru, AK, Keskin BB 2020). За разлика от големите компании, малките технологични фирми обикновено нямат скъпи инфраструктури за данни. Тъй като приемането на големи хранилища за данни и изчислителна мощност е скъпо, тези малки технологични фирми обикновено плащат на големи компании, за да получат специфични ИТ възможности. Освен това големите обеми данни изискват различен подход за обработка на данни. Тъй като данните са големи, по-ефективно е да се изпращат изчисления върху данни, вместо да се изпращат данни върху изчисления. С други думи, данните, събрани от малки технологични фирми, които са възложени от веригите за доставки, обикновено се съхраняват и обработват в хранилища за данни, собственост на големи технологични компании. Множеството нива на подизпълнение развиват отговорността между собственика, събирача, администратора и обработващия данни, оставяйки потребителите в уязвима позиция (Dogru, AK, Keskin BB 2020). Използването на подизпълнители също така увеличава вероятността от неправомерно достъпване до данните и позволява неоторизирано използване на лични данни за други несвързани бизнес цели.

### **Заклучение**

ИИ, роботиката и автоматизацията придобиват все по доминантна роля в разнообразни по характер на трансформацията индустрии, както и в сектора на услугите, включително здравеопазване, търговия на дребно, образование, правосъдие, строителство и банкиране. Тези технологии ще продължат да предоставят на бизнеса и потребителите множество предимства и възможности като подобрена ефективност, повишено персонализиране, по-добро качество и по-кратки срокове за изпълнение. Налице са обаче и значителни предизвикателства за преодоляване. Тези предизвикателства включват:

- преосмисляне на разделението на труда, чрез създаване на нови задачи за хората;
- разработване на сигурни хибридни системи, при които хора и роботи могат да работят едновременно в тандем;
- подобряване на регулирането, за да се гарантира отчетността на автоматизираните системи и да се изгради доверие по отношение на ИИ технологиите; и
- разработване на стратегии и технологии за по-добра защита на лични, институционални и корпоративни данни.

Безпрецедентният напредък в ИИ, който вече ни изненадва, вероятно ще се увеличи, тъй като компанията все повече инвестират в изследвания и развитие на пилотни проекти за ИИ. Университетите и изследователските институции играят решаваща роля в адаптирането към структурните промени, наложени от ИИ и роботизираните технологии. В исторически план образователните системи са предназначени да насърчават специализацията в дадена област. Не е изненадващо, че ИИ отдавна се разглежда в областта на компютърното програмиране и статистическото обучение. Въпреки своята технологизираност, ИИ придобива все по-широко значение през последните две десетилетия. Whittaker et al. (2018) препоръчва програмите за изкуствен интелект в образователните институции също да се разширят отвъд научните и инженерните дисциплини, като хуманитарните и социалните науки също трябва да инкорпорират в себе си използването му. В това отношение университетите трябва да поемат водеща роля в въвеждането на тази интердисциплинарна перспектива в областта, тъй като индустрията спешно се нуждае от социални и технически умения, които могат да работят в аналитични екипи, съставени от експерти от различни дисциплини. Ето защо е необходимо нагласите в обществото по отношение на ИИ, автоматизацията и роботиката, да се променят, като част от промяната следва да бъдат и академичната учебна програма, образованието и научните изследвания.

## Използвана литература

1. Acemoglu D, Restrepo P (2018) Artificial intelligence automation and work. Tech. rep., National Bureau of Economic Research
2. Bughin J, Hazan E, Ramaswamy S, Chui M, Allas T, Dahlstrom P, Henke N, Trench M (2017) Artificial intelligence: the next digital frontier? <https://www.mckinsey.com/mgi>. Достъпено на 15.09.2023
3. Castellanos S (2019) Digital twins concept gains traction among enterprises. <https://blogs.wsj.com/cio/2018/09/12/digital-twinsconcept-gains-traction-among-enterprises/>. Достъпено на 15.09.2023
4. Chui M, Manyika J, Miremadi M, Henke N, Chung R, Nel P, Malhotra S (2018) Notes from the ai frontier: insights from hundreds of use cases. <https://www.mckinsey.com/mgi/notes-from-the-ai-frontier-insights-from-hundreds-of-use-cases-discussion-paper.pdf>. Достъпено на 5.09.2023
5. Daugherty P, Wilson HJ (2017) Process reimaged: together, people and AI are reinventing business processes from the ground up. <https://www.accenture.com/acnmedia/pdf-76/accenture-processreimagined.pdf#zoom=50>. Достъпено на 18.09.2023
6. Dogru, AK, Keskin BB (2020) AI in operations management: applications, challenges and opportunities. Journal of Data, Information and Management. <https://doi.org/10.1007/s42488-020-00023-1>
7. EUGDPR (2016) European union general data protection regulation. <https://eugdpr.org/>. Достъпено на 18.09.2023 г.
8. McCarthy J, Minsky ML, Rochester N, Shannon CE (2006) A proposal for the dartmouth summer research project on artificial intelligence, august 31, 1955. AI Mag 27(4):12–12
9. Murawski J (2019) Ai runs smart steel plant. <https://www.wsj.com/articles/ai-runs-smart-steel-plant-11563183000>. Достъпено на 17.09.2023
10. Nilsson NJ (2009) The quest for artificial intelligence. Cambridge University Press
11. Olsen TL, Tomlin B (2019) Industry 4.0: Opportunities and challenges for operations management. Manufacturing & Service Operations Management 22(1):113-122. <https://doi.org/10.1287/msom.2019.0796>
12. Samuel AL (1959) Some studies in machine learning using the game of checkers. IBM J Res Dev 3:210–229
13. Schmitz C, Tschiesner A, Janse C, Hallerstede S, Garms F (2019) Industry 4.0: capturing value at scale in discrete manufacturing. <https://www.mckinsey.com/industries/advanced-electronics/ourinsights/capturing-value-at-scale-in-discrete-manufacturing-withindustry-4-0>. Достъпено 10.09.2023
14. Smith J (2019) Unilever uses virtual factories to tune up its supply chain. <https://www.wsj.com/articles/unilever-uses-virtualfactories-to-tune-up-its-supply-chain-11563206402>. Достъпено на 18.09.2023
15. Turing A (1950) Computing machinery and intelligence. Mind 59(236):433
16. Whittaker M, Crawford K, Dobbe R, Fried G, Kaziunas E, Mathur V, West SM, Richardson R, Schultz J, Schwartz O (2018) AI now report 2018. <https://ainowinstitute.org/AI Now 2018 Report.pdf>. Достъпен последно на 10.09.2023

## Информация за контакт с автора:

гл. ас. д-р Стефан Калпачев

Икономически университет – Варна

E-mail: [stefan.kalpachev@ue-varna.bg](mailto:stefan.kalpachev@ue-varna.bg)

**КРЪГОВА ИКОНОМИКА,  
УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ**

**CIRCULAR ECONOMY,  
SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND ECONOMIC  
GROWTH**

# УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ: ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ОБРАЗОВАТЕЛНИТЕ ИНСТИТУЦИИ

доц. д-р Петя Данкова  
Икономически университет – Варна

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CHALLENGES FOR EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Assoc. Prof. Petya Dankova, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

В условията на все по-голяма неотложност за постигане на устойчиво развитие на обществата и планетата, университетите са изправени пред предизвикателството активно да участват в този процес. Цел на настоящия доклад е да се обобщят възможностите на висшите образователни институции да допринесат за постигане на целите на устойчиво развитие. Обобщени са целите на ООН за устойчиво развитие и са изведени конкретни насоки, в които университетите могат да дадат своя принос за постигането им. Разгледана е въведената през 2023 г. световна класация на университетите QS World University Rankings: Sustainability, която отразява техния принос за постигане на устойчиво развитие. Представени са данни относно приноса на Икономически университет – Варна към реализиране целите на устойчиво развитие.

**Ключови думи:** устойчиво развитие, цели на ООН за устойчиво развитие, образование, висши образователни институции

**JEL Класификация:** Q01, I20, M00

### Abstract

As the need to achieve sustainable development of societies and the planet becomes increasingly urgent, universities are called upon to play an active role in this process. The aim of this paper is to summarise the opportunities for higher education institutions to contribute to the achievement of the Sustainable Development Goals. It summarises the UN Sustainable Development Goals and outlines specific areas in which universities can contribute to their achievement. The QS World University Rankings: Sustainability, introduced in 2023, is discussed. Data on the contribution of the University of Economics - Varna to the implementation of the Sustainable Development Goals is presented.

**Keywords:** sustainable development, UN sustainable development goals, education, higher education institutions

**JEL Classification:** Q01, I20, M00

### Въведение

От зората на своето създаване университетите са средища на генериране и разпространение на знания, образование на младите хора и формиране на техните ценности, задаване на посоки за бъдещо развитие на обществата. Това често е свързано с предизвикателства и с необходимост от умения да се отстояват непопулярни концепции и идеи. Една такава концепция е тази за устойчивото развитие – макар вече повече от половин век проблемите на устойчивото развитие на планетата да стоят във фокуса на множество

обществени дебати (United Nations, 1972),<sup>1</sup> те често не намират отражение в университетските учебни планове и програми. Постигането на устойчиво развитие, дефинирано като „развитие, което създава възможност за задоволяване потребностите на днешното поколение без да застрашава възможността на бъдещите поколения да задоволяват своите потребности” (United Nations, 1987), предполага балансирано следване на три групи цели – екологични, социални и икономически. На практика, икономическите цели обичайно са с приоритет над социалните и екологичните, което има своето обяснение както в самата логика на стопанските процеси като цяло и на конкурентоспособността на организациите в частност, така и в образователните рамки, които задават университетите в хода на обучението на своите студенти. Цел на настоящия доклад е да се обобщят възможностите на висшите образователни институции да допринесат за постигане на целите на устойчиво развитие.

### **Цели на ООН за устойчиво развитие**

В стремежа си да доведе постигането на устойчиво развитие до известна конкретика, ООН дефинира седемнадесет глобални цели за устойчиво развитие, касаещи икономически растеж, социално включване и опазване на околната среда, които следва да бъдат постигнати до 2030 г. (United Nations, 2015)., по-конкретно:

- 1) изкореняване на бедността във всичките ѝ форми и навсякъде;
- 2) изкореняване на глада, постигане на продоволствена сигурност и по-добро изхранване, стимулиране на устойчиво селско стопанство;
- 3) осигуряване на здравословен живот и насърчаване благосъстоянието на всички хора от всички възрастови групи;
- 4) осигуряване на приобщаващо и справедливо качествено образование и насърчаване на възможностите за обучение през целия живот за всички хора;
- 5) постигане на равенство между половете и гарантиране правата на всички жени и момичета;
- 6) устойчиво управление на водите и осигуряване на достъп до вода и канализация за всички хора;
- 7) осигуряване на достъп до достъпна, надеждна, устойчива и съвременна енергия за всички хора;
- 8) насърчаване на траен, приобщаващ и устойчив икономически растеж, пълна и продуктивна заетост и достоен труд за всички хора;
- 9) изграждане на стабилна инфраструктура, насърчаване на приобщаваща и устойчива индустриализация и стимулиране на иновациите;
- 10) намаляване на неравенството в рамките на държавите и между държавите;
- 11) превръщане на градовете и селищата в приобщаващи, безопасни, стабилни и устойчиви места за живеене;
- 12) осигуряване на устойчиви модели на потребление и производство;
- 13) предприемане на спешни действия за борба с изменението на климата и неговите последици;<sup>2</sup>
- 14) опазване и устойчиво ползване на океаните, моретата и водните ресурси за устойчиво развитие;
- 15) опазване, възстановяване и насърчаване на устойчивото ползване на сухоzemните екосистеми, устойчиво управление на горите, борба с

---

<sup>1</sup> За проблемите на устойчивото развитие на планетата се заговаря за пръв път преди половин век, в хода на състоялата се през 1972 г. в Стокхолм конференция на ООН по проблемите на околната среда.

<sup>2</sup> Рамковата конвенция на ООН по изменението на климата е основният международен и междуправителствен форум за преговори относно глобалния отговор на изменението на климата.



опустиняването, преустановяване на процеса на деградация на почвите, преустановяване загубата на биоразнообразие;

- 16) насърчаване на мирни и приобщаващи общества за устойчиво развитие, осигуряване на достъп до правосъдие за всички хора и изграждане на ефективни, отговорни и приобщаващи институции на всички равнища;
- 17) укрепване на средствата за изпълнение и възобновяване на глобалното партньорство за устойчиво развитие

Ролята на образователните институции и по-конкретно на висшите училища за постигане на устойчиво развитие е подчертана в комюнике на министрите на образованието от страните на Европейския съюз от м. ноември 2020 г.: *„Висшето образование ще бъде ключов фактор за постигане на целите за устойчиво развитие на ООН до 2030 г. Ние се ангажираме да подкрепяме нашите висши училища в използването на техния образователен, научноизследователски и иновационен капацитет за постигането на тези фундаментални глобални цели и да предоставяме нужните ресурси, за да гарантираме, че нашите системи за висше образование допринасят за постигането на целите за устойчиво развитие. Преминаването към климатична неутралност е от съществено значение за всички нас, а учащите се трябва да бъдат подготвени за нови "зелени" работни места и дейности.“* (Rome Ministerial Communique. (2020)

### **Роля на университетите за постигане на устойчиво развитие**

В контекста на казаното възниква въпросът как могат университетите да допринесат за насърчаване и постигане на устойчиво развитие. Университетите имат възможността да предоставят висококачествено образование, да провеждат научни изследвания и да подпомагат създаването на иновации (4-та и 9-та цели на ООН за устойчиво развитие). Утвърдените университети са влиятелни членове на гражданското общество (16-та цел на ООН за устойчиво развитие) и в качеството си на такива те могат да насърчават и участват в различни местни и международни партньорства (17-та цел на ООН за устойчиво развитие). Като спомагат за постигането на тези четири цели, университетите могат да допринесат съществено и за всички останали цели на устойчивото развитие (European University Association, 2020).

Конкретните насоки, в които университетите могат да дадат своя принос за постигане на устойчиво развитие, могат да бъдат обобщени както следва:

- *Обучение на студенти.* В университетските учебни планове и програми, в контекста на съответните специалности, следва да бъдат включвани дисциплини и отделни тематични единици, касаещи същността и същността на устойчивостта и устойчивото развитие, както и пътищата за тяхното постигане. Това е от съществено значение за обучението и възпитанието на бъдеща работна сила, която е добре подготвена за справяне с различни екологични и социални предизвикателства.

- *Провеждане на научни изследвания.* Научноизследователската работа е във фокуса на дейността на академичния състав на всеки университет. През последните години, с извеждането на проблемите на устойчивото развитие на преден план, са налице все повече възможности за провеждане на научни изследвания в тази област, в това число и чрез проектно финансиране. Иницирането и извършването на задълбочени научни изследвания във всяко едно от трите направления на устойчивото развитие (социално, екологично, икономическо) е от ключово значение за разбиране корена на тази проблематика и пътищата за разрешаването ѝ.

- *Разпространение на знания и идеи.* Университетите представляват специфичен форум за споделяне на идеи, знания и резултати от научни изследвания с широката общественост чрез съответни конференции, дискуссионни кръгли маси, публикации, публични лекции и др. По този начин университетите могат да повишат осведомеността на

обществеността по отношение въпросите на устойчивото развитие и да подпомогнат вземането на информирани решения на местно, национално и международно равнище.

- *Ангажиране на обществеността.* Университетите могат да си сътрудничат с местните общности и организации за справяне с предизвикателствата на устойчивото развитие. Това може да включва работа по проекти за развитие на общността, партньорство с местния бизнес за прилагане на устойчиви практики, предоставяне на експертна помощ на местния бизнес и местната общинска власт по отношение прилагане на политиките за устойчивост и др. под.

- *Изграждане на партньорски мрежи.* Университетите могат да инициират партньорства между предприятия, местната власт, неправителствени организации и други академични институции, които да обединят усилията си за постигане на целите за устойчиво развитие. Тези партньорства могат да доведат до разработването на съвместни изследователски проекти, политически инициативи и практически решения.

- *Иновации и предприемачество.* Университетите могат да насърчават студентите и академичния състав за разработването на устойчиви решения, продукти и технологии. Те могат да предоставят възможности за инкубационни програми, финансиране и наставничество на екипи, работещи по проекти с положително въздействие върху обществото и околната среда.

- *Въздействие върху ценностите и нагласите на студентите и обществото като цяло.* Университетите могат съществено да допринесат за формиране у студентите, а оттук и у обществото като цяло (чрез мултиплициращ ефект) на такива ценности и нагласи, които насърчават прилагането на принципите на устойчиво развитие.

- *Въздействие при формулирането на държавни и общински политики.* Посредством провеждане на научни изследвания и експертни анализи университетите могат да влияят върху процесите на формулиране на политики на различни нива. Университетите могат да предоставят съответни анализи, насоки и препоръки на общински и държавни органи, както и на международни организации, като по този начин допринасят за формулирането на ефективни политики в сферата на устойчивото развитие.

- *Управление на университетския сграден фонд.* Университетите могат да бъдат добър пример за останалите организации и институции, като прилагат устойчиви практики при управлението на своите сгради, като например възприемане на енергийно ефективни технологии, намаляване на потреблението на вода, управление на отпадъците, насърчаване на рециклирането и др. под.

- *Международно сътрудничество.* С оглед глобалния характер на предизвикателствата пред устойчивото развитие, университетите могат инициират и участват в международно сътрудничество за трансграничен обмен на знания, ресурси, опит и екипи. Това може да допринесе за справяне с редица проблеми, които надхвърлят националните граници.

### **Определяне на устойчиво развитие на университетите – класация на университети QS World University Rankings: Sustainability**

С оглед значимостта на приноса на висшите училища за реализиране целите на ООН за устойчиво развитие, възниква въпросът как може да бъде определено доколко даден университет върви по пътя на постигане на устойчиво развитие. Един от инструментите, който следва да бъде споменат в тази връзка и който тепърва ще придобива популярност е класацията за устойчивост на университетите QS World University Rankings: Sustainability. Тя беше обявена през м. октомври 2022 г. и беше изчислена и публикувана за пръв път през 2023 г. от Quacquarelli Symonds, един от един от водещите световни източници на информация за сектора на висшето образование в цял свят (QS,

2023). По думите на Дж. Търнър, главен изпълнителен директор на Quacquarelli Symonds „QS има за цел да предостави на бъдещите студенти независим поглед върху приноса на университетите за постигане подобряването на устойчиво развитие, както да подпомогне университетите в процеса на мониторинг на техния напредък в хода на изпълнението на техните ESG стратегии и за намиране на решения на безпрецедентните глобални предизвикателства“ (PRNewswire, 2022).

ESG (environmental, social, governance)<sup>3</sup> стратегиите целят да идентифицират екологичните, социалните и управленските фактори, които влияят върху функционирането на съответните организации и които следва да бъдат съобразени при планиране и изпълнение на дейността им. С приетата от Европейския парламент в края на 2022 г. Директива за отчитане на корпоративната устойчивост (ЕС, 2022) възприемането на ESG стратегии и цялостната свързана с това отчетност придобива все по-императивен характер по отношение на бизнес организациите. Това обаче ще придобива все по-голямо значение и за висшите училища, което се доказва от въвеждането на рейтинга QS World University Rankings: Sustainability.

По-конкретно, QS World University Rankings: Sustainability включва следните елементи от дейността на университетите:

- *Социално въздействие:*
  - Равенство;
  - Обмен на знания;
  - Въздействие на образованието;
  - Трудова пригодност и възможности за професионална реализация;
  - Качество на живот.
- *Въздействие върху околната среда:*
  - Устойчива институция;
  - Устойчиво образование;
  - Устойчива научноизследователска дейност.
- *Управление (governance).* Този елемент предполага образователната институция да публикува линк към протоколите от заседанията на своите органи на управление, да включва студенти в своите органи на управление, както и да има сформирана комисия по научноизследователска етика. Заедно с това, университетът трябва да демонстрира ангажираност за справяне с климатичната криза и да възприеме научноизследователска култура, съобразена с целите за устойчиво развитие на ООН за устойчиво развитие.

Към момента на разработване на този доклад, в QS World University Rankings: Sustainability са включени 146 европейски университета, като нито един не е от България.

### **Устойчиво развитие в Икономически университет – Варна**

В Икономически университет – Варна проблемите на устойчивото развитие все още не стоят във фокуса на вниманието на университетското ръководство. През 2019 г. е утвърдена мандатна програма за развитие на университета за периода 2019 – 2023, която включва 40 цели в 8 приоритетни области, като за постигането на всяка една от целите са формулирани конкретни задачи. Нито една от 40-те цели не касае проблемите на устойчивото развитие. (ИУ – Варна, 2019). Внимателният преглед на мандатната програма сочи, че единствено в приоритетна област „Маркетинг и комуникации“, цел

---

<sup>3</sup> Околна среда, общество, управление

„Разработване на цялостна маркетингова концепция на ИУ-Варна“ е предвидено изпълнението на задачата „Разработване на концепция за развитие на „Зелен университет““.<sup>4</sup>

Що се отнася до научните интереси и приоритети на преподавателите в университета, то устойчивото развитие и свързаната с него проблематика също не е особено на фокуса. Прегледът на реализираните научни проекти за периода 2014 – 2023 година показва, че за последните 10 години в Икономически университет – Варна са разработени 79 научни проекта, от които 10 са посветени на устойчивото развитие (таблица 1). В началото на 2021 г. приоритетните области на научноизследователска дейност на Икономически университет – Варна бяха актуализирани и като една от петте приоритетни области беше изведена „зелена икономика и устойчиво развитие“ (ИУ – Варна, 2021). Както сочат данните от таблица 1, тази промяна не е довела до увеличаване на научния интерес към тази област (ИУ – Варна, 2023).

*Таблица 1*

**Научни проекти (НП) в ИУ – Варна посветени на устойчивото развитие (УР), 2014 – 2023 г.**

Година	Общ брой НП	Брой НП посветени на УР	Тема на НП
2014	13	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Влияние на стратегията на Европейския съюз за устойчиво развитие върху българския строителен бизнес</li> </ul>
2015	8	0	/
2016	7	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Иновационни модели в кръговата икономика: предизвикателства и възможности за българските МСП</li> <li>Изследване на интеркултурната комуникация като фактор за устойчив туризъм</li> </ul>
2017	5	0	/
2018	9	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Релацията активизъм – устойчиво потребление</li> </ul>
2019	7	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Устойчивото развитие и строителството в градска среда</li> </ul>
2020	7	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Мониторинг на устойчивото развитие на морска туристическа дестинация</li> <li>Съвременни подходи за устойчиво управление на агрохранителна верига</li> </ul>
2021	7	0	/
2022	7	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Развитие на регионални бизнес модели чрез «зелени инвестиции»</li> </ul>
2023	9	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Устойчиви потребителски действия на варненските домакинства – възможни причини</li> <li>Управление на секторите на биоикономиката в прехода към устойчивост на икономиката в България</li> </ul>

*Източник: ИУ – Варна (2023). Архив проекти в предходни години*

<sup>4</sup> В рамките на изпълнението на тази задача е извършено засаждане на дръвчета, изграждане на къщички за птици и др. под.

По отношение на интегрирането на проблемите и предизвикателствата пред устойчивото развитие в учебното съдържание, в учебните планове на някои от специалностите студентите на Икономически университет – Варна изучават дисциплина, посветена на проблемите на устойчивото развитие. Това, обаче, е все още изключение, отколкото правило.

### **Заклучение**

С оглед на значимите кризи, с които се сблъска светът през последните години, постигането на целите на ООН за устойчиво развитие до 2030 година се превръща във все по-голямо предизвикателство. Във връзка с това, все повече ще нараства ролята на висшите образователни институции за принос към устойчивото развитие, което се потвърждава и от въвеждането на класацията QS World University Rankings: Sustainability. Университетите следва да актуализират своите учебни планове и програми и да включат в тях съответни дисциплини и теми посветени на устойчивото развитие, да извършват научни изследвания, да разпространяват информация и знания, да провеждат научни форуми, да инициират на партньорства и проекти по проблемите на устойчивото развитие. В приетата на 28.09.2023 г. от Академичен съвет на Икономически университет – Варна мандатна програма на университета за периода 2023 – 2027 г. е предвидено изпълнението на задача „стимулиране на инициативи, свързани с устойчивото развитие“. Това ни дава основание да считаме, че Икономически университет – Варна също ще даде своя принос за постигането на тази предизвикателна цел.

### **Използвана литература**

17. ЕС (2022). Директива (ЕС) 2022/2464 на Европейския парламент и на съвета от 14 декември 2022 година за изменение на Регламент (ЕС) № 537/2014, Директива 2004/109/ЕО, Директива 2006/43/ЕО и Директива 2013/34/ЕС, по отношение на отчитането на предприятията във връзка с устойчивостта. Достъпна онлайн: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A32022L2464> [Последно достъпен на: 30/09/2023]
18. ИУ – Варна (2023). Архив проекти в предходни години. Достъпно онлайн: <https://www.ue-varna.bg/bg/p/8293/nauchna-deynost/nauchni-proekti/arhiv-proekti-v-predhodni-godini> [Последно достъпен на: 30/09/2023]
19. ИУ – Варна (2021). Научни приоритети. Достъпно онлайн: <https://www.ue-varna.bg/bg/p/8070/za-nas/universitetat/nauchni-prioriteti> [Последно достъпен на: 30/09/2023]
20. ИУ – Варна (2019). Стратегия за развитие на Икономически университет – Варна. Достъпна онлайн: <https://www.ue-varna.bg/bg/p/7831/za-nas/strategia-za-razvitie> [Последно достъпен на: 30/09/2023]
21. European University Association (2020). Universities and Sustainable Development Towards the Global Goals. [Online] Available at: <https://eua.eu/downloads/publications/universities-and-sustainable-development-towards-the-global-goals.pdf> [Accessed: 18/09/2023]
22. PRNewswire (2022). QS World University Rankings: Sustainability 2023. <https://www.prnewswire.com/news-releases/qs-world-university-rankings-sustainability-2023-301659524.html> [Accessed: 30/09/2023]
23. Rome Ministerial Communique. (2020). Available online at: [https://www.ehea.info/Upload/Rome\\_Ministerial\\_Communique.pdf](https://www.ehea.info/Upload/Rome_Ministerial_Communique.pdf) [Accessed: 30/09/2023]
24. QS (2023). Quacquarelli Symonds. <https://support.qs.com/hc/en-gb> [Accessed: 30/09/2023]

25. United Nations (1972). Report of the United Nations Conference on the Human Environment, Stockholm, 5-16 June 1972. Also available online: <https://digitallibrary.un.org/record/523249?ln=en>
26. United Nations (1987). Report of the World Commission on Environment and Development “Our Common Future”. Also available online: <https://digitallibrary.un.org/record/139811?ln=en>
27. United Nations (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Also available online: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf>

**Информация за контакт с автора:**

*доц. д-р Петя Данкова*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустриален бизнес и логистика“*

*E-mail: [dankova@ie-varna.bg](mailto:dankova@ie-varna.bg)*

# НЯКОИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ТЕРИТОРИАЛНОТО ДЕЛЕНЕ НА БЪЛГАРИЯ В КОНТЕКСТА НА ПОЛИТИКАТА НА СБЛИЖАВАНЕ

доц. д-р Даниела Йорданова  
Русенски университет „Ангел Кънчев“, град Русе

## SOME CHALLENGES TO THE TERRITORIAL DIVISION OF BULGARIA IN THE CONTEXT OF COHESION POLICY

Assoc. prof. Daniela Yordanova, PhD  
University of Ruse, Bulgaria

### Резюме

Политиката на сближаване на Европейския съюз е насочена към намаляване на неравенствата, устойчивото развитие и икономическия растеж в държавите членки. Нейното осъществяване през програмния период 2021-2027 година е повлияно от редица предизвикателства, включително необходимост от преодоляване на последствията от пандемията от COVID-19, военни конфликти, налагащи преразглеждане на енергийната политика в контекста на енергийната сигурност, както и нарастваща политическа нестабилност в някои държави - членки. Дали провеждането на политиката по сближаване има желаните ефекти в България и до колко тя се повлиява от начина, по който е реализирано териториалното делене на страната за тази цел? Докладът представя анализ на районирането и посочва някои перспективи пред него с цел повишаване на ефектите на Кохезионната политика през период 2021-2027 г.

**Ключови думи:** *регионално планиране, райониране, политика на сближаване*  
**JEL Класификация:** *O21, H110*

### Abstract

The European Union's Cohesion policy is aimed at reducing inequalities, sustainable development and economic growth in Member States. Its implementation in the programming period 2021-2027 is influenced by a number of challenges such as the need to overcome the consequences of the COVID-19 pandemic, military conflicts requiring a review of energy policy in the context of energy security and growing political instability in some Member States. Is the implementation of cohesion policy having the desired effects in Bulgaria and to what extent is it affected by the way in which the territorial division of the country for this purpose has been implemented? The paper presents an analysis of territorial division and identifies to some prospects in order to enhance the effects of cohesion policy in the period 2021-2027.

**Keywords:** *regional planning, regional planning, cohesion policy*  
**JEL Classification:** *O21, H110*

### Въведение

Европейския съюз има за цел да укрепи своето икономическо, социално и териториално сближаване чрез намаляване на неравенството между нивата на развитие на различните региони и изостаналостта на най-необлагодетелстваните региони. Основен инструмент за реализация на тази цел е политиката на сближаване. (Регламент (ЕС) 2021/1060). За нейното планиране и оценка на провеждането и отчитане на неравенството в социалното и икономическо развитие между отделните територии в ЕС се въвежда

класификация на регионите, наречена NUTS (Nomenclature of territorial units for statistics – Номенклатура на териториалните единици за статистически цели) (Regulation (EC) No 1059/2003). Тя улеснява сравнението на регионите като създава сравнима от статистическа гледна точка база. Всяка една държава има различно административно делене и то не е удачно за получаване на статистически сравнима информация. В Закона за регионално развитие (ЗРР) (ЗРР, 2022) са обособени райони, които се разделят на „няколко нива в съответствие с NUTS и те се явяват база за провеждане на националната политика по регионално развитие. След 17 години членство в ЕС България е все още с най – нисък брутен вътрешен продукт (БВП) спрямо средния за държавите от ЕС – 59% към 2022 година (Евростат, 2023), като най-слабо развит е Северозападен район. Въпросите, които възникват, са дали прилаганата национална политика за насърчаване на регионалното развитие е ефективна и доколко е довела до намаляване на диспропорциите между регионите, както и дали това е най- правилното райониране на страната. Обект на изследване в настоящия доклад е устойчивото регионално развитие в България, насърчавано чрез политиката по сближаване на ЕС, а предмет на изследване - териториалното делене (райониране) на България според ЗРР за целите на провеждане на тази политиката. Целта на разработката е да представи проблемите, произтичащи от настоящия подход за териториално делене и да изведе насоки за ново такова. За постигане на така поставената цел са формулирани следните задачи: 1) да се изяснят проблемите, произтичащи от настоящото делене; 2) да се обобщят възможните сценарии, предлагани от експертите по регионално развитие в страната; 3) да се представят перспективите пред териториалното делене в Република България за реализация на кохезионната политика през период 2021-2027 г.

Приложени са изследователските методи на анализ и синтез, контент анализ на нормативната уредба и анализ съществуващата практика в България за насърчаване на регионалното развитие и икономическата, социална и териториална кохезия, приложен е метода на експертната оценка.

## **1. Проблеми и предизвикателства пред териториалното делене в Република България за реализация на политиката по сближаване на ЕС**

Според ЗРР България е разделена на шест района от ниво 2 според NUTS, които се наричат „райони за планиране“. Те са основните райони, чието икономическо развитие се оценява по отношение на брутен вътрешен продукт (БВП) спрямо средното за Европейския съюз (ЕС). Чрез разделянето на регионите по сходни характеристики ЕС оценява равнището на развитие на всеки три години чрез доклади, оценяващи напредъка в сближаването и разпределя финансовия ресурс според индикатори, характеризиращи степента на развитие на регионите.

Според регламент 1059/2003 държавите в ЕС се подразделят йерархично според класификацията NUTS на териториални единици на няколко NUTS нива. Всяко ниво се формира според броя на жителите в него (ниво 2 се формира при население между 800 000 и 3 млн. души). Въпросите, които възникват по отношение на териториалното делене у нас са два: (1) Съответства ли броят на жителите в настоящите райони на изискванията на регламента на ЕС? И (2) Настоящото делене насърчава ли устойчивото регионално развитие на регионите при провежданата политика за сближаване?

Една от основните спорни точки е дали град София може да бъде обособена като отделен район от ниво 2. Още през 2007 г. София имаше достатъчен брой жители, затова, но поради високото равнище на БВП тя би загубила възможността да получава финансиране от всички Структурни фондове към онзи момент. Поради тази причина тя бе



включена в район Югозападен. В последствие голяма част от ключовите инвестиции в инфраструктура през двата програмни периода от 2007 до 2020 година, финансирани от Оперативна програма „Транспорт“ (53,8% за 2007-2013 г. и 65,8% за 2014-2019 г.1) бяха вложени в Югозападен район, което повиши допълнително стандарта на живот в него и доведе до намаляване на качеството на живот в регионите от Северна България, където липсва високоскоростен път от София до Варна. БВП на Северен централен и Южен централен са изключително ниски спрямо средните за ЕС – Таблица 1. През 2018 година тези три района остават най-слабо развитите в ЕС, като след тях е само Майот (FR) (френски отвъдморски департамент)

**Таблица 1**

**БВП на човек от населението в стандарти на покупателната способност в България по райони за планиране за 2017 г.**

Район	БВП на човек от населението спрямо средния за ЕС в % за 2017
Северозападен	29
Северен централен	34
Североизточен	39
Югоизточен	43
Югозападен	78
Южен централен	34

*Източник: Евростат*

## 2. Алтернативи за териториално делене

През 2018 година Министерството на регионалното развитие и благоустройството (МРРБ) започна дискусия за промяна на териториалното делене на регионите на планиране (МРРБ, 2018). Причина за това предложение е намаляващият брой на населението в два от районите – Северозападен и Северен централен. Към края на 2022 година може да се заключи, че обезлюдяването на Северна България се задълбочава, като към днешна дата обект на анализ следва да бъде и Североизточен район. (Таблица 2)

**Таблица 2**

**Население за 2021 г. и 2022 г. по статистически райони**

Статистически райони	Население към 31.12.2021 г.	Население към 31.12.2022 г.
Северозападен	702 773	671 502
Северен централен	750 795	686 334
Североизточен	913 468	823 884
Югоизточен	1 010 263	948 410
Югозападен	2 070 760	2 016 554
Южен централен	1 390 878	1 301 026
Общо за страната	6 838 937	6 447 710

*Източник: НСИ, Население по статистически райони, възраст, местоживеене и пол, <https://nsi.bg/>*

<sup>1</sup> Собствени изчисления по данни от ИСУН 2020

Предложените варианти на райониране получиха редица критики и идеи за модификации в няколко измерения. Доводите на експертите по регионално развитие (Борисов и колектив, 2019; Моллов, 2018, Апостолов, 2018; АИКБ, 2021) застъпват две противоположни тези за това дали София град трябва да бъде обособена като отделен район от ниво 2, като доводите „за“ са свързани с необходимостта да се отчете реалното равнище на развитие на областите, включени в Югозападен район, и да им се даде възможност да получават финансови средства с висок интензитет (по-висок процент съфинансиране от ЕС). Доводите „против“ са, че благодарение на сегашното деление има метро, пътна инфраструктура и обособяването на София като отделен район ще доведе до ограничен достъп до финансови средства, както и че областите София-град, София, Перник и Кюстендил формират прилежащи територии в рамките на едночасовия изохрон за пътуване, който по естествен път ги обвързва.

Най-удачен от предложените варианти е този на арх. Белин Моллов за формиране на четири нови района според природо-географски териториални специфики, съобразяване с цели и приоритети на стратегическите и плановете документи на европейско, макро-регионално и следващо по-ниско ниво и с отчитане на статистически данни и тенденции в развитието на районите. Предложените промени включват:

- Сливане на Северозападен и Северен централен райони в Дунавски район за планиране;
- Сливане на източните райони в Черноморски;
- Създаване на Южен район за планиране, в който да бъде включена област Благоевград;

Създаване на Софийски район за планиране, базиран на естествените връзки между София-град и областите София, Перник и Кюстендил, с довода, че до няколко десетилетия се очаква в София да живее 1/3 от населението на страната и е необходимо изграждане на условия за комфорт в средата на живеене и инфраструктурата.

Паралелно с промените в регионалното деление Борисов и колектив (2019) обръщат внимание и на още един проблем. Като основна предпоставка за реализация на регионалната политика на местно ниво следва да се отчете и необходимостта от административен капацитет в общините, където реално се реализират проектни инициативи. Числеността на населението в почти 24% от общините в страната е под 6000 души, което е нормативно изискуем минимум, необходим за създаване на община, според нормативните изисквания на Закона за административно-териториалното устройство на Република България (ЗАТУРБ, 2021). Това предпоставя трудности при привличане и задържане на висококвалифицирани специалисти. Поради това те препоръчват окрупняване на общините в страната под 200.

### **Заклучение**

Членството на България в ЕС откри достъп до финансиране, което дава възможност за стимулиране на икономическия растеж и намаляване на регионалните различия между районите на страната и останалите райони в ЕС. Реализацията на политика за икономическо и социално сближаване чрез проекти доведе до подобряване на БВП на човек от населението, но се наблюдава задълбочаване на различията между отделните райони за планиране в страната. София-град се оформя като силен икономически център, а останалите райони изостават в развитието си, като това важи особено силно за Северозападен и Северен централен райони. Междурегионалните различия на регионите NUTS 2 в демографски и социално-икономически план се увеличават след 2007 г. Максимални разлики се наблюдават между индикаторите на Северозападен и Югозападен район. През 2018 г. нивото на безработица в най-слабо развития български регион (11,2%) е повече от четири пъти по-високо от регистрираното в Югозападния район (2,6%), докато

разликите в нивата на заетост и икономическа активност достигат съответно 15% и 9,4%. Развитието на София-град води до повишаване на показателите на Югозападен район, който е определен като район в преход пред новия програмен период 2021-2027 година, което променя интензитета на финансова помощ за всички общини в района и това създава предпоставки за задълбочаване на различията периферия – център в него (Министерски съвет, 2022).

Тенденциите на обезлюдяване в районите поставят проблема за ново териториално делене, което да доведе до обвързване на прилаганите политики с реалните потребности по региони, като се създадат условия преодоляване на негативните демографски тенденции и намаляване на небалансираното развитие на територията на страната.

Въпросът, който остава на дневен ред е дали след новите промени ще се създадат условия за задържане на населението в Северна България и какви точно следва да бъдат мерките в тази посока. Необходимо е прилагане на териториален подход, който да изведе на преден план регионалния потенциал при оптимизиране на териториалните политики на управляващите органи.

При настоящото териториално делене може да се очаква усилване на различията в демографски и социално-икономически план в отделните райони, като е налице ясно очертана разлика между Северна и Южна България.

Най-слабо развит е Северозападен регион. Анализите сочат, че „вътрешните му потенциали за развитие са изчерпани/унищожени“ (Министерски съвет, 2022) и за насърчаване на неговото развитие трябва да се предприемат мерки, които да създадат условия за дългосрочно развитие на регионалната конкурентоспособност. Според Илиева макроикономическата конкурентоспособност може да се обвърже с „повишен жизнен стандарт и реални доходи, обосновани от достигането на едни успешни нива на производителност, наличие на конкуренция – т.е. условията на отворения пазар на стоки и услуги позволяват реализиране на произведената от съответната нация продукция, въпреки реалната и потенциална конкуренция от чуждестранни производители и устойчивост и равновесие, т.е. избягване на дисбаланси“ (Илиева, 2018).

С оглед на максимално удовлетворяване на регионалните потребности и в отговор на дълбоките междурегионални различия е необходимо модифициране на използваните инструменти според спецификите на всеки регион.

### Използвана литература

1. АИКБ (2021) Позиция на АИКБ относно Карта за регионалните помощи за 2022-2027 г., Достъпно на: [https://bica-bg.org/wp-content/uploads/2021/08/Pismo\\_na\\_AIKB\\_vav\\_vrazka\\_s\\_granitzite\\_na\\_rayonite\\_za\\_planirane.pdf](https://bica-bg.org/wp-content/uploads/2021/08/Pismo_na_AIKB_vav_vrazka_s_granitzite_na_rayonite_za_planirane.pdf), [Достъп 1.09.2023].
2. Апостолов, П., Нови райони за планиране на ниво 2 (NUTS 2), Достъпно на: <http://pkapostolov.net/city/902/novi-rayoni-za-planirane-na-nivo-2-nuts-2>, [Достъп 1.09.2023]
3. Борисов, Б., Богданова, М., Сирашки, Х., & Парашкевова, Е. (2019). Териториално райониране на РБългария – проблеми и перспективи, Алманах научни изследвания, бр. 27, стр. 125–155, 2019.
4. ЕС (2003). Регламент (ЕО) № 1059/2003 на Европейския парламент и на Съвета от 26 май 2003 година за установяване на обща класификация на териториалните единици за статистически цели (NUTS). [online] Достъпен на: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX:32003R1059> [Достъп 2.09.2023]. Закон за регионалното развитие, в сила от 31.08.2008 г., обн. ДВ. бр.50 от 30 Май 2008г., ...изм. ДВ. бр.51 от 1 Юли 2022г.

5. ЕС (2021) Регламент (ЕС) 2021/1060 на Европейския парламент и на Съвета от 24 юни 2021 година за установяване на общоприложимите разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие, Европейския социален фонд плюс, Кохезионния фонд, Фонда за справедлив преход и Европейския фонд за морско дело, рибарство и аквакултури, както и на финансовите правила за тях и за фонд „Убежище, миграция и интеграция“, фонд „Вътрешна сигурност“ и Инструмента за финансова подкрепа за управлението на границите и визовата политика, OJ L 231, 30.6.2021, p. 159–706
6. Закон за административно-териториалното устройство на Република България (1995) , Обн. ДВ., бр.63 от 14 юли 1995г., изм. ДВ., бр.36 от 1 май 2021г.
7. Илиева, Д. (2018) Повишаване на регионалната конкурентоспособност, основана на икономиката на знанието, Академично издателство „Ценов“, Свищов, 2018, достъпно на: <https://dlib.uni-svishtov.bg/handle/10610/4008> (Достъп: 01-09-2023)
8. Министерски съвет (2022) Споразумение за партньорство 2021-2027, одобрено от Европейската комисия, достъпно на: <https://www.eufunds.bg/bg/node/10509> (Достъп: 01-09-2023)
9. Моллов, Б. Варианти за нови райони за планиране в България от ниво NUTS 2, сп. Градът, 23.04.2018 г., [https://gradat.bg/news/2018/04/23/3167498\\_arh\\_belin\\_mollov\\_varianti\\_za\\_novi\\_raioni\\_za\\_planirane](https://gradat.bg/news/2018/04/23/3167498_arh_belin_mollov_varianti_za_novi_raioni_za_planirane)
10. МРРБ (2018) Консултация за промяна в обхвата на районите за планиране от Ниво 2, Достъпно на: <https://www.strategy.bg/publicconsultations/View.aspx?Id=3264> (Достъп: 01-09-2023)
11. Eurostat (2023). GDP per capita, consumption per capita and price level indices. [online] Достъпен на: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=GDP\\_per\\_capita\\_consumption\\_per\\_capita\\_and\\_price\\_level\\_indices](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=GDP_per_capita_consumption_per_capita_and_price_level_indices) [Достъп 1.09.2023].

**Информация за контакт с автора:**

доц. д-р Даниела Йорданова

Русенски университет „Ангел Кънчев“, Катедра „Бизнес развитие и иновации“

E-mail: [dyordanova@uni-ruse.bg](mailto:dyordanova@uni-ruse.bg)

*Докладът е финансиран по проект 23-БМ-01 “Изследване на възможностите за преход към зелена и кръгова икономика”*

## КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ОТПАДЪЦИТЕ В БЪЛГАРИЯ (АНАЛИЗ ЗА ПЕРИОДА 2016-2021 Г.)

доц. д-р Радка Иванова<sup>1</sup>, гл. ас. д-р Радмил Николов<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Икономически университет – Варна

## CIRCULAR ECONOMY AND WASTE MANAGEMENT IN BULGARIA (ANALYSIS FOR THE PERIOD 2016-2021)

Assoc. Prof. Radka Ivanova, PhD<sup>1</sup>, Chief Assist. Prof. Radmil Nikolov, PhD<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Непрекъснатото увеличение на населението в световен аспект засилва все повече вниманието върху проблемите, свързани с обезпечаване на необходимите ресурси за оцеляването на всички. Въздействието на хората върху околната среда придобива все по-големи размери, част от ресурсите са на изчерпване. В тази връзка вниманието е съсредоточено върху цялостно трансформиране на икономиките в кръгови, за да се удължи участието на суровините и материалите в преобразователните процеси и да се намалят нивата на отпадъците. Цел на настоящия доклад е да се анализират дейностите, свързани с управление на отпадъците в България за периода 2016-2021г.

**Ключови думи:** *кръгова икономика, отпадъци, управление, България*

**JEL Класификация:** *O13, O44, Q5*

### Abstract

The continuous increase in global population is increasing the focus on the problems of securing the resources needed for the survival of all. The impact of humans on the environment is growing in magnitude; some resources are becoming scarce. In this context, attention is focused on a comprehensive transformation of economies into circular ones in order to prolong the participation of raw materials and materials in transformative processes and to reduce waste levels. The aim of this report is to analyse waste management activities in Bulgaria for the period 2016-2021.

**Keywords:** *circular economy, waste, management, Bulgaria*

**JEL Classification:** *O13, O44, Q5*

### Въведение

Изграждането на кръгова икономика е една от ключовите цели на обществото днес. Основната идея на тази концепция е тясно свързана с необходимостта от дългосрочно използване на материалите, удължаване на участието им в трансформационния цикъл, минимизиране на отпадъците, съхраняване на ресурсите за идните поколения и в резултат на това – опазване на планетата като цяло. Преминаването към кръгова икономика осигурява възможност за намаляване на натиска върху околната среда чрез подобро управление на отпадъците и повторна употреба на ресурсите. Подобрената ефективност на суровините и материалите позволява да се намалят нетните разходи за тях. В същото време се счита, че кръговата икономика може да се разглежда като иновационен стимул, тъй като предизвиква необходимост от промяна на дизайна на материалите и продуктите, за да се гарантира тяхната кръгова употреба. Повторната употреба на

материалите ще допринесе за опазване на ландшафта и намаляване на загубата на биологични видове. От друга страна, кръговата икономика предполага удължаване на жизнения цикъл на продуктите, което е тясно свързано с повторно използване, преработване, последващо рециклиране. Всичко това ще осигури възможност за ограничаване на щетите върху екосистемите и околната среда като цяло, тъй като ще се намали необходимостта от добив на природни ресурси. За да се отговори на социалните потребности на хората, е необходимо добре познатата ускорена експлоатация на ресурсите да бъде заменена с нов начин на употреба. Той следва да има по-ефективен, спестяващ и екологосъобразен характер. Това предполага намаляване на ресурсната зависимост, като се инвестира в редизайн, нови бизнес модели, междуетраслово сътрудничество.

## 1. Кръгова икономика и отпадъци

В специализираната литература кръговата икономика се разглежда като един затворен цикъл, който обхваща предлагането, търсенето и поведението на потребителите, както и управлението на отпадъците (Иванова 2019:142). Основна цел на кръговата икономика е да се постигне ограничаване на отпадъците до минимум, което предполага промяна в начина на производство, потребление и като цяло – в начина на мислене на хората. Предпоставка за това е многократното влагане на материалите в различни продукти, което удължава максимално употребата им и създава предпоставки за разширяване на добавената стойност на продуктите (A. Stankovska & S. Dimitrieska 2017:12). В тази връзка е необходимо да се преминава към използване на технологии, които да улесняват рециклируемостта на стоките, повишават тяхната устойчивост и като крайна цел – да се гарантира връщането на ресурсите във веригата на стойността след като продуктите излязат от употреба. В резултат на това кръговата икономика може да се разглежда като затворена система, чието предназначение е да се намали вредното въздействие върху околната среда и в същото време да се увеличава благосъстоянието на хората. Постигането на ресурсна ефективност от икономическа гледна точка на организациите води до понижаване на производствените им разходи, възможност за увеличаване на производителността, което е тясно свързано с подобряване на тяхната конкурентоспособност. На практика пониските разходи за производство са следствие от пълноценно използване на ресурсите, включително и на отпадъците. Основна отправна точка при кръговата икономика е да се постигне максимална полза от всеки продукт през целия му жизнен цикъл и да се намалят отпадъците.

Съгласно Закона за управление на отпадъците (ЗУО) *отпадък* представлява такова вещество или предмет, от които собствениците им искат да се освободят. От своя страна, самото управление на отпадъците представлява събиране, транспортиране, обезвреждане, сортиране и оползотворяване. Основната цел на управлението на отпадъците е да се предотврати или намали вредното въздействие на отпадъците върху хората и околната среда. Необходимо е разработване и прилагане на цялостна стратегия от всяка една организация за ефективно управление на отпадъците, като се обхващат всички аспекти – от възникването им до тяхното окончателно обезвреждане. Извършване на дейностите, включващи се в управлението на отпадъците, предполага инвестиране на средства за осъществяването им. Те представляват разходи за инвестиращите в опазване на околната среда, но в същото време могат да се разглеждат и като инвестиция в по-добър начин на живот.

## 2. Разходи за опазване и възстановяване на околната среда в България

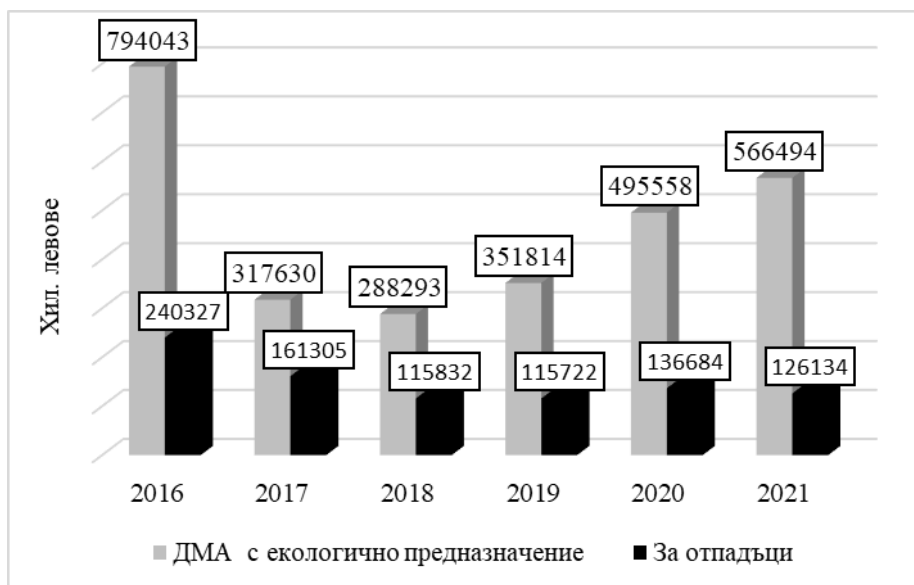
Степента на значимост на опазването на околната среда и нейното възстановяване може да се анализира от гледна точка на относителния дял на разходите за дейностите в тази област от БВП на съответната страна. Включват се разходите за опазване на околната среда, за придобиване и поддържане на дълготрайни материални и нематериални активи, както и разходите за извършване на екологични мероприятия. Анализът на отчетените данни за периода 2016-2020 г. в България показва наличието на незначителна динамика, като в средата на периода се наблюдава лек спад, последван от нарастваща тенденция. Относителният дял на разходите за опазване и възстановяване на околната среда у нас се колебае от 3,70% до 4,10% (вж табл. 1).

Таблица 1

БВП на България по текущи цени и разходи за опазване и възстановяване на околната среда за периода 2016-2020 г.

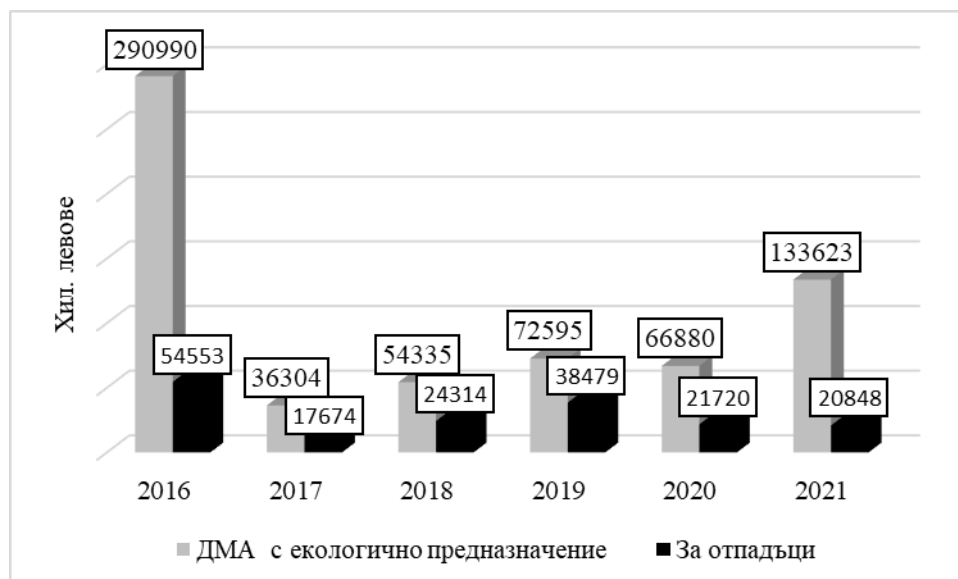
Година	БВП по текущи цени (млн. лв.)	Разходи за опазване и възстановяване на околната среда (млн. лв.)	Относителен дял на разходите за опазване и възстановяване на околната среда от БВП
2016	95390	3789,916	3.97 %
2017	102741	3869,916	3.77 %
2018	109964	4073,784	3.70 %
2019	120396	4616,100	3.83 %
2020	120553	4942,886	4.10 %

Друг важен фактор, на който трябва да обърнем внимание във връзка с опазването на околната среда, са дълготрайните материални активи (ДМА) с екологично предназначение, които се използват. Проследяването на данните от Националния статистически институт (НСИ) в България за периода 2016-2021 г. показва наличието на колебания през годините, като се наблюдава тенденция на спад през първите три години, последвана от увеличение. Въпреки това анализът на данните за 2021 г. сочи, че те са в размер на 566 494 хил. лв., което показва наличие на спад в размер на 28% от първата година на разглеждания период (2016 г.). В същото време през 2016 г. 30% от ДМА са предназначени за отпадъци, докато през 2021 г. този дял е по-нисък – малко над 22% и е с абсолютен размер 126 134 хил. лв. (вж фиг. 1).



**Фигура 1. Размер на придобитите ДМА с екологично предназначение и за отпадъци за периода 2016-2021 г.**

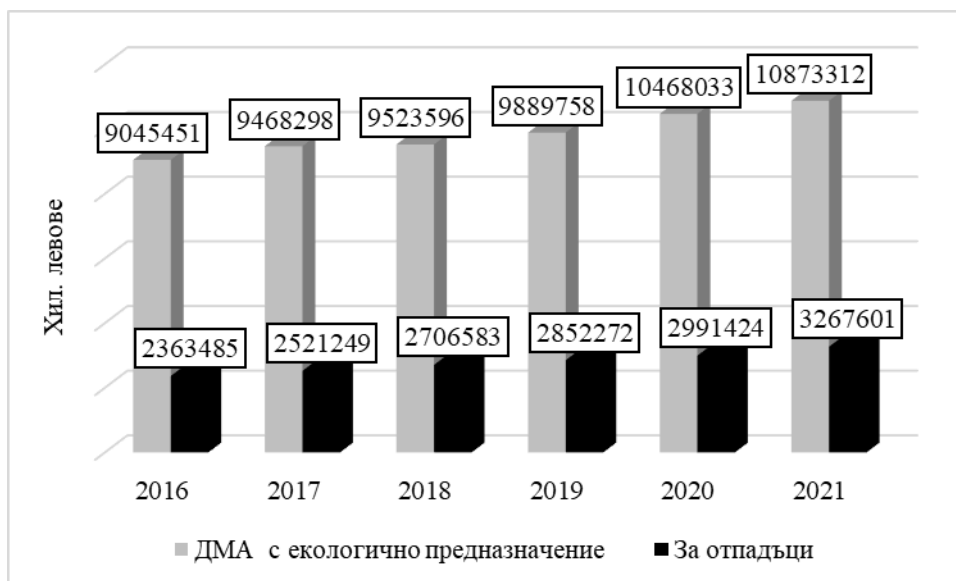
По отношение на излезлите от употреба ДМА с екологично предназначение се отчита сериозно намаление, като техният дял е най-голям през 2016 г., докато в края на периода, през 2021 г., размерът им е под половината им. При ДМА, използвани за отпадъци, през 2021 г. обемът им е приблизително 38% от този през 2016 г. или 20 848 хил. лв. (вж фиг. 2).



**Фигура 2. Излезли от употреба ДМА за периода 2016-2021 г.**

Същевременно анализът на данните за наличните ДМА с екологично предназначение по отчетната им стойност към 31 декември на съответната година показва тенденция на непрекъснат растеж (вж фиг. 3). Причините могат да се търсят в различни посоки, включително актуализирани цени, усъвършенствани технологии и пр.

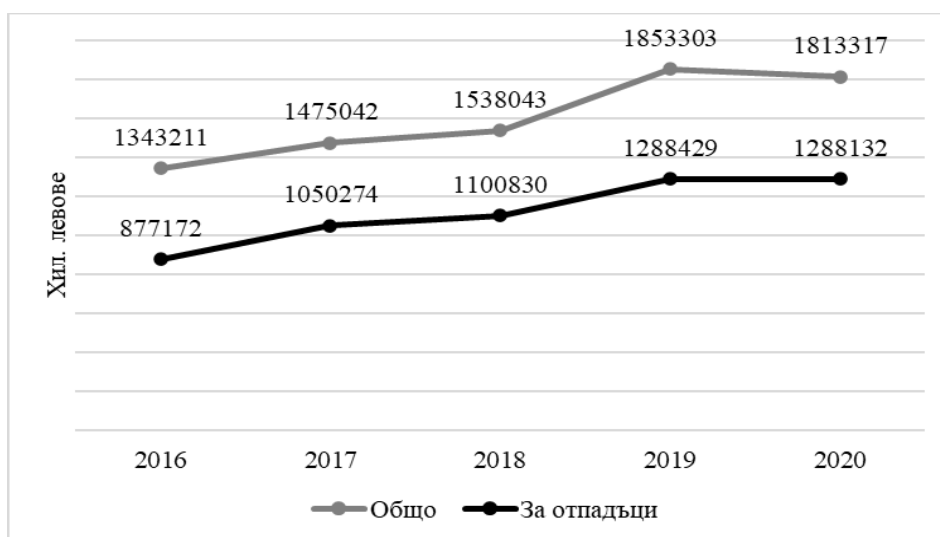




**Фигура 3. Налични към 31.12. на съответната година ДМА по отчетна стойност за периода 2016-2021 г.**

В рамките на разглеждания период относителният дял на ДМА, предназначени за отпадъци по отчетна стойност от 1/4 от общите ДМА нараства до 1/3 от тях по този показател, т.е. от 2 363 485 хил. лв. през 2016 г. до 3 267 601 хил. лв. през 2021 г.

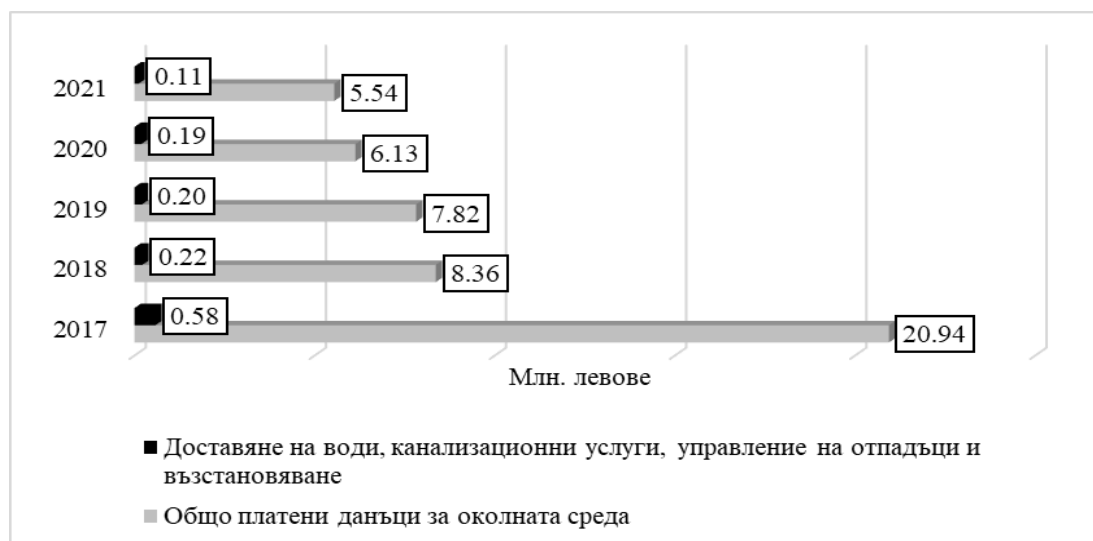
По отношение на разходите, предназначени за поддръжка на ДМА и за извършване на екологични мероприятия у нас, можем да направим извода, че се наблюдава тенденция на постоянно нарастване като обща величина, както и конкретно за предназначените такива за отпадъци (вж фиг. 4).



**Фигура 4. Разходи за поддръжане на ДМА и за извършване на екологични мероприятия в България за периода 2016-2020 г.**

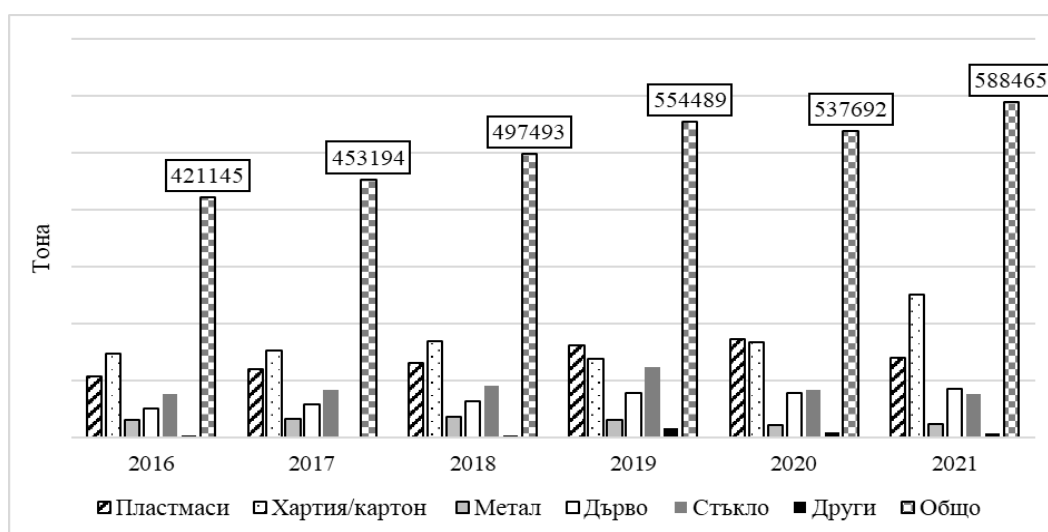
Спазването на изискванията за опазване на околната среда има изключително важно значение. Законодателят е предвидил специални данъци и такси, които следва да бъдат заплащани в случай на необходимост. Анализът на данните за платените данъци и такси за замърсяване на околната среда за периода 2017-2021 г. бележат спад в размер на

четири пъти – от 20,94 млн. лв. (2017 г.) до 5,54 млн. лв. (2021 г.). Само в сектора на доставяне на води, канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване тези данъци и такси намаляват 5 пъти – от 0,58 млн. лв. през 2017 г. до 0,11 млн. лв. през 2021 г. (вж фиг. 5).



**Фигура 5. Размер на данъците и таксите за замърсяване на околната среда за периода 2017-2021 г. в България**

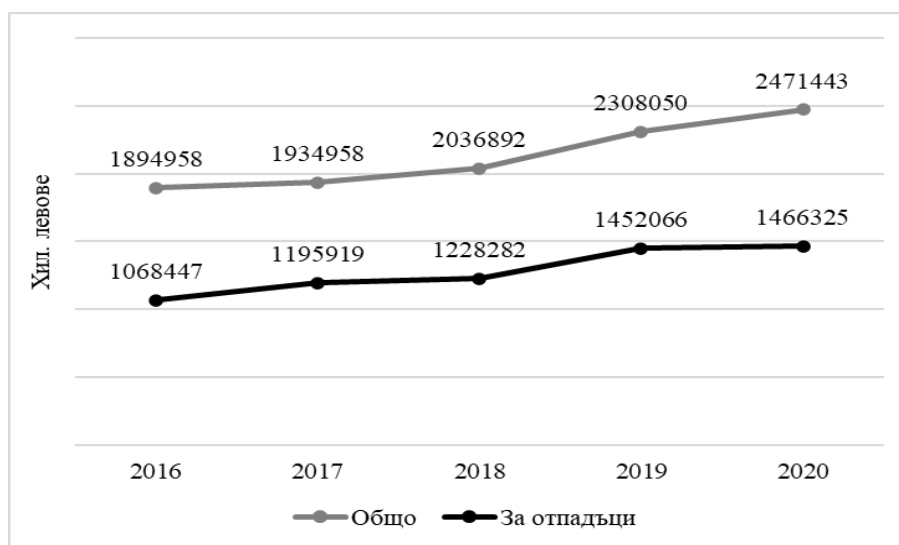
Важен факт, на който трябва да обърнем специално внимание е, че част от образуваните се отпадъци са от опаковки с различен характер. За периода 2016-2021 г. на българския пазар се отчита увеличение на пуснатите опаковки в размер на 1,4 пъти през 2021 г. в сравнение с обема им през 2016 г. Най-голям е дялът на опаковките от хартия, следван от опаковките от пластмаса и от стъкло (вж фиг. 6). В тази връзка следва да посочим, че по данни на Eurostat към 23.03.2023 г. всеки жител на ЕС е генерирал приблизително 178 кг отпадъци за 2020 г., като преобладават хартиените и картонените опаковки, следвани от пластмасовите и стъклените.



**Фигура 6. Пуснати опаковки на пазара в България за периода 2016-2021 г.**

Непрекъснатото нарастване на използваните опаковки създава допълнителни проблеми за околната среда, поради което през последните години вниманието е насочено към създаване на нови поколения опаковки, позволяващи рециклиране, повторна употреба, дори консумиране. Можем да отбележим, че благоприятен ефект през последните години има въвеждането на опаковки за многократна употреба, които да позволят намаляване на част от генерираните отпадъци и създават нови навици за потребителите, включително лична съпричастност за опазване на планетата.

Общите разходи за опазване на околната среда<sup>1</sup> в България, отчетени за периода 2016-2020 г., бележат тенденция на увеличаване, което важи и за тези в областта на отпадъците. През 2020 г. разходите, свързани с отпадъците, представляват 59% от общите разходи за опазване на околната среда (1 466 325 хил. лв.), докато през 2016 г. техният дял е бил малко по-нисък – 56% или 1 068 447 хил. лв. (вж фиг. 7).



Фигура 7. Разходи за опазване на околната среда в България за периода 2016-2020г.

Наблюдаваните тенденции не могат да бъдат определени като положителни или негативни еднозначно. Необходими са допълнителни анализи относно причините, водещи до подобни резултати.

### Заклучение

Опазването на околната среда е сред световните приоритети днес. Намаляването на отпадъците, ефективното и ефикасното използване на ресурсите, осигуряването на възможности за повторна употреба и рециклиране на продуктите и опаковките предполага търсене на нови начини, средства, технологии за осъществяване на трансформационните процеси в организациите. Затова вниманието на всички следва да бъде ориентирано към иновиране на продуктите, опаковките, дизайните и т.н., като основният стремеж е намаляване на отпадъците и увеличаване на относителния дял на разходите за опазване и възстановяване на околната среда от постигнатия БВП. Преминаването към многократни опаковки представлява важна стъпка в посока към намаляване на

<sup>1</sup> Общите разходи за опазване на околната среда включват разходите за отпадъчни води, обратно водоснабдяване, опазване на почвата и подпочвените води, въздуха, горите, опазване на биологичното разнообразие и защитените територии и обекти, отпадъците, шума, ловно- и рибно стопански мероприятия, апаратура за мониторинг, оценка на въздействието върху околната среда, административна дейност, научноизследователска, просветна, образователна и друга подобна дейност.

отпадъците и дейностите, свързани с тяхното обслужване. Увеличаването на ДМА с екологично предназначение у нас за периода 2016-2021 г. трябва да се продължава във времето, за да се постигнат по-добри резултати и да се работи в посока на опазването на околната среда и устойчивото развитие.

### **Използвана литература**

1. Иванова, В. (2019). Моделът на кръгова икономика – нови възможности за фирмено развитие. Икономически и социални алтернативи. бр. 4, с. 141-152
2. Stankovska, A., S. Dimitrieska (2017). Waste Management and Circular Economy. Economics and Management. Vol. XIII, Issue 2, pp. 11-18. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=585502> [Accessed: 14/09/2023]
3. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging\\_waste\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging_waste_statistics) [Accessed: 11/09/2023]
4. <https://www.nsi.bg/bg/content/2582/> [Accessed: 15/09/2023]

### **Информация за контакт с авторите:**

*доц. д-р Радка Иванова*

*Икономически университет – Варна, Катедра „Управление и администрация“*

*E-mail: r.ivanova@ue-varna.bg*

*гл. ас. д-р Радмил Николов*

*Икономически университет – Варна, Катедра „Аграрна икономика“*

*E-mail: radmil.nikolov@ue-varna.bg*

## КУЛТУРА И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

гл. ас. д-р Силвия Димитрова  
Икономически университет – Варна

## CULTURE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Chief Assist. Prof. Silviya Dimitrova, PhD  
University of Economics - Varna, Bulgaria

### Резюме

Целта на доклада е да представи еволюцията на понятието „култура“ и неговата връзка с развитието. Литературният обзор показва, че още от Древността до съвременните разбирания, същността на културата се асоциира с промяна и усъвършенстване, свързани и с развитието.

Културата допринася за развитието едновременно сама като сектор на активност и влияеща върху други сектори. Тя прави приложима за отделните места концепцията за устойчиво развитие и спомага за постигане на нейните цели.

**Ключови думи:** култура, устойчиво развитие, Цели за устойчиво развитие, влияние на културата

**JEL Класификация:** Z00, Z19

### Abstract

The aim of the paper is to present the evolution of the concept of "culture" and its relation with development. The literature review shows that since ancient times till the modern understandings the essence of culture is associated with change and improvement, linked with development as well. Subsequently, the influence of culture on the development process is examined. In summary, culture has always been at the heart of development and largely determines the realization of efforts in this direction.

**Keywords:** culture, sustainable development, Sustainable Development Goals, culture's impact

**JEL Classification:** Z00, Z19

### Въведение

Ролята на културата като двигател за устойчивото развитие е неоспорима. Както се посочва във финалния доклад от проведената конференция през 1998г. в Стокхолм „устойчивото развитие и процъфтяването на културата са взаимнозависими“ (Final report, 1998). Последните десетилетия статистически данни и дейности показваха, че културата може да бъде мощен двигател за развитие с широко въздействие върху обществени социални, икономически и свързани с околна среда процеси (UNESCO, 2012).

Какво обаче се разбира под култура и какво обхваща, за да говорим за нейния принос? Как трябва да бъде възприемана тя, за да е с позитивно въздействие върху развитието на обществото, разглеждано в икономически, социален и природен аспект. Исторически погледнато се разграничават антропологическо разбиране за културата, социологическо и културологично. Днес вече се приема, че връзката и влиянието ѝ върху развитието на обществото се проявяват най-силно чрез антропологическото разбиране. Затова ще разгледаме същността и етимологията ѝ през вековете, което да ни доведе до

съвременното схващане за нея. Целта на доклада е да представи връзката на културата с развитието като изясни еволюцията в разбиранията за нея и представи начините, по които тя допринася за него.

### **3. Еволюция на понятието „култура“**

#### **1.1. Етимология на понятието**

В литературата не съществува единно разбиране на понятието „култура“. Опитите да се разкрие същността на културата датират още от времето на Демокрит (ок.460-370 г.пр.н.е.) и Лукреций (99-55 г.пр.н.е.) (Попов, 1999). Важно за произхода на думата „култура“ се оказва значението на латинския глагол *colo, colui, cultus*, който в превод означава наглеждам, обработвам, занимавам се, грижа се, като от него се образуват *cultus* (обработен) и *cultura* (обработване, земеделие) (Попов, 1999; Стефанов, 2001; Baldwin et al., 2006). Независимо от конкретния глагол, който се употребява, е видно, че началните значения на думата са свързани със селското стопанство (Игълтън, 2003).

За първи път употребата ѝ в преносен смисъл се среща при Марк Тулий Цицерон. Забелязваме, че семантичната промяна се състои във възприемането на културата като грижа и подобряване на духовните способности на човека. За римските мислители културата определя разгръщането на човешките сили, изисквано от духовната дейност и служи за означаване на образованието чрез философия, наука и изкуство, като първоначално понятието е употребявано несамостоятелно.

В Древна Елада не се появява негова обща формулировка, въпреки факта, че културата там процъфтява. Античността поставя основите не само на практическото изграждане на културата, но и нейното теоретично опознаване. Но все още концепциите са насочени към отделната личност. Двете семантични полета – *cultura agri* и *cultura animi* – се пресичат и поставят като задача на културата „овладяването на природата вътре в човека и извън него“ (Попов, 1999). Смисълът на термина „култура“ вече е обогатен, като той получава трайна и широка употреба.

Анализът показва, че през следващите периоди акцентът е във философията в тълкуването на понятието. По времето на Средновековието под влияние на господстващия религиозен догматизъм се правят опити за сливане на теология и философия. Основното предназначение на културата е да следва религиозните догми. В късното Средновековие влизат в употреба изрази като „*cultura mentis*“ – умствена, духовна култура, „*cultura juris*“ за правилата за поведение, „*cultura scientiae*“, означаваща придобиването на знания и опитност и „*cultura litterarum*“ относно усъвършенстването на писмеността (Попов, 1999).

Освободеното от догмите на религията общество през Ренесанса притежава пълна свобода на словоупотребата. Най-предпочитаните категории са „красота“, „благо“, „хармония“, „величие“, а терминът „култура“ остава обезличен. Най-много той се доближава до изкуството, тълкувано в смисъла на нещо сътворено, израз на сръчност и умения. Осъзнава се фундаменталната роля на „култивирането“ на личността.

Тогава започва и разграничаването на „*Kultur*“ и „*Natur*“, противопоставящи изкуственото, сътворено от човека на естественото, идващото от природата. Това разграничаване продължава да съществува във всички определения, които се правят през XVIII век (Михалева, 2011). Появяват се понятията „*geistige Kultur*“ и „*materielle Kultur*“, съответно духовна и материална култура, като немските философи налагат използването на думата масово и тя се взаимства от останалия свят.

Като обобщение за периода до XVIII век може да се посочи, че е характерно възприемането на културата като облагородяване или усъвършенстване на общите духовни и физически сили на отделен индивид или нация. Знанията за природата и обществото, които се натрупват с течение на времето, дават възможност културата да се възприема като сфера на религиозното, нравственото, правното, художествено съзнание на личността и обществото. Към края на 19 век при изучаване проблемите на културата се насочват и учени от сферата на антропологията и етнологията (Тейлър, 1988).

## 1.2 Съвременни разбирания за културата

Голяма част от съвременните учени днес приемат, че културата е комплекс от елементи, споделяни от хората в обществото. За основни в областта на дефинирането на културата се приемат трудовете на Kluckhohn и Kroeber, тъй като хронологически първият най-систематичен опит за определяне на културата е техен. Освен чисто емпиричното събиране на повече от 150 дефиниции за култура, те правят и критичен обзор и анализ на събраните определения. В труда си „Културата: Критичен поглед върху концепции и определения” от 1952 г. систематизират определенията в 6 групи: изброително-описателни (списък на съдържанието на културата), исторически (акцент на социалното наследство, традицията), нормативни (фокус върху идеалите или съответствие на идеал с поведение), психологически (учене, навик, приспособяване, средство за разрешаване на проблеми), структурни (фокус на състава ѝ) и свързани с произхода (символи, идеи, артефакти). Нашето убеждение е, че се отразява основно антропологическото виждане за културата.

Много съвременни представители от различни науки или ги възприемат директно, или са повлияни в голяма степен от това тълкуване на Kluckhohn и Kroeber. Следвайки техния пример, Baldwin и екипът му (2006) също правят опит да систематизират към настоящия момент дефинициите за културата. Използвайки индуктивен анализ, предлагат седем теми или типове такива. Това са:

- структура – културата се разглежда като система или рамка на елементи (напр. идеи, поведение, символи, комбинация на тези или други такива елементи);
- функция – културата е средство за постигане на някакъв резултат;
- процес – акцентира се върху непрестанната социална конструкция;
- продукт – от гледна точка на артефакти със или без съзнателно символно значение;
- усъвършенстване – в смисъл на индивидуално или групово култивиране за по-високо интелектуално ниво или морал;
- власт или идеология – фокусира се върху власт, основана на групата;
- членство в група – за културата се говори от гледна точка на място или група от хора или акцент на принадлежността към място или група.

Във връзка с определянето на културата като продукт се налага разделението на висша и масова култура, но като основно разделение би следвало да посочим това на материална и духовна, което е силно условно. На първо място, обективният анализ изисква да се разглежда културата като единно явление, без противопоставяне на нейните страни като по-скоро се цели разкриване на взаимната им обусловеност. На второ място, всеки елемент на културата има материална и духовна същност. И все пак, за тяхното условно разграничаване, приемаме, че към материалната култура спадат всички резултати на труда на човек (машини, съоръжения, инструменти, жилища, облекло, бит). Духовната култура обхваща постиженията на хората в областта на науката, образованието, идеологията, изкуството, морала, социалните чувства и емоции, изобщо развитието на интелектуалния, емоционалния и психическия потенциал на личността. Езикът също се

причислява в тази група, представлявайки средство за общуване и социализация на личността, белег за национално самосъзнание. Тази област е производство, разпространение и потребление на духовни ценности.

## **4. Влияние на културата върху развитието**

### **2.1. Концепция за развитие на обществото**

В литературата не съществува единно мнение за това какво всъщност се разбира под развитие. Всяка една школа, концепция и теория влага различен смисъл в понятието (Rodríguez-Pose, A., Tomaney, J., 2006).

Дълго време разбирането за развитие се е асоциирало с икономически растеж и то разбирано основно според западните общества и техните ценности. С течение на времето става ясно, че този процес не е плавен и ритмичен, равномерен и непрекъснато възходящ. Освен прогрес той познава и регрес, упадък.

В тази връзка е необходимо да отбележим разделението между икономически растеж и развитие. Растежът е количествен показател, приложим за БВП, докато развитието, от друга страна, се обвързва с икономически, социален и човешки прогрес, защото човекът е основен двигател и крайна негова цел. С други думи, растежът предполага да „станеш по-голям”, а развитието – „по-добър”. Развитието предполага движение напред и нагоре. Като процес на реално увеличаване на благосъстоянието, се разглежда като основен мотив за социалната и икономическа дейност на човека. Освен това, може да се разбира като израстване и съзряване за постигане на пълнота по отношение на заложен потенциал.

Прогресът в схващанията за развитието от 70-те години на миналия век до днес намира израз в промъкването на културното измерение в него и се отразява в начина на дефиниране и подхождане към проблемите на развитието. Той се изразява в нови способи и методи при концепцията за развитието и печели нови и нови привърженици - човешко развитие и устойчиво развитие (на средата). Дебатите се изместват от фокусиране върху количеството към качеството и първоначално се изследва влиянието на икономическото развитие върху околната среда и ограниченията, които поставя спрямо развитието. Впоследствие, се включва и по-обща загриженост и въпроси за качеството на живот, намиращо израз в концепцията за устойчиво развитие. От 2000 г. насам разбирането за развитие се разширява и включва идеята за устойчивостта и интегрирания подход.

Днес се приема, че развитието е възходящото движение на социалния живот във взаимодействието на неговите основни сфери. То още е прогресивен процес на възпроизводство на ценностите в живота с няколко качества:

- движение като възпроизводство в разширен мащаб на социалната активност, на създаването на блага, на материални и духовни ценности;
- прогресивно възпроизводство на ценностите на живота, предполагащо издигането на общото равнище на живота във всички негови основни измерения (Филипов, 2005).

Поради това целта на развитието е да се постигне качествено подобрене на живота на хората, при което икономическия, социалния и природния напредък става в границите на екологичните лимити на Земята. Връзката между културните проблеми и проблемите на развитието (в лицето на технологии, главни наднационални трендове, опазването на физическото и психично здраве, нарастването на населението на Земята, нарастването на населението в градовете, нови модели на поведение и понятия за справедливост, смесването на човешките с икономическите ценности и т.н.) включват вече и междуличностната комуникация, човешкото достойнство, уважението към други



общности и техните правила, стандарти и религия. Културното измерение на развитието са де факто именно културните практики и ценности, пренесени от традицията и свързани с модернизацията като отговор към главните проблеми на обществото. Развитието е еволюционен процес, дългосрочен, от световен мащаб, цялостен подход за бъдещето на обществото (UNESCO, 1995). Другата промяна, която се наблюдава е преместването на акцента към индивидите в центъра на концепцията за развитието. Човешките същества са носителите и ползвателите на развитието (Knight, 1990).

Изучаването на ролята на културата като фактор на развитието на обществото се поставя като теоретичен проблем с подчертан акцент на форум на ЮНЕСКО в края на 70-те години. Важността на проблема и едновременно неговата трудност за теоретично изследване се отчитат и през следващите години. Именно през този период се трансформира и понятието за култура. От ограничено все още разбиране до нейните продукти (произведения на изкуството и литературата, културното наследство) то се променя прогресивно, за да стигне до идеята за развитието на културата и, към 1975г., културното измерение на развитието. През 1982 г. в Мексико сити за първи път култура и развитие са употребени заедно и е повдигнат въпросът за културното измерение на развитието на конференция на ЮНЕСКО по културни политики (1982). С течение на времето става ясно, че само едно широко, антропологическо разбиране на културата може да осигури необходимата основа за нейното описание и връзка с развитието.

Инициативите за признанието ролята на културата като основен фактор на развитието през изминалите десетилетия започват от обявената от ООН през 1986 г. „Световна декада за развитието на културата“ за периода 1988-1997 г. Преминува се през включването на правото на култура като основна потребност, подготвянето на социо-културни индикатори за развитие от ЮНЕСКО, признаването на културното многообразие като съществено за развитието (1993) и редица други.

След дълги дебати и дискусии за това какво трябва да представлява развитието, е постигнат консенсус относно целите му. Очакванията са те да бъдат с широка основа, състояща се от следните компоненти:

- икономическо развитие по отношение на доходите на глава от населението;
- човешкото развитие, обикновено измервано по отношение на продължителността на живота и степента на грамотност;
- политическо развитие, от гледна точка на свободата и демокрацията и устойчивост (UNESCO, 1982; Savitt, W., Bottorf, P., 1995).

## **2.2. Влияние на културата**

Тълкуването на понятието „развитие“ се свързва с напредък и усъвършенстване, които както видяхме в предишния параграф, са и едни от първите значения на културата. Процесите на развитието не се отнасят единствено и само до икономически и социални фактори, а до човешкото развитие като цяло, тоест до история и ценности, себепознание, процес на социално общуване. Следователно може да се определи и като достигане на етап, в който способността и капацитета да се вземат решения и прилагат на практика са по-големи (Culture and development, 2002).

Културата е разбрана едновременно като контекста за развитието, както и като липсващият фактор в политиките за развитие на обществото. Такива взаимовръзки от доста време се приемат за съществени (Pattanaik, 1997). Развитието на човечеството и развитието на самата култура са неделими. Както вече изяснихме, културата е неделима от труда, процес, който отличава човека от животинския свят. Заражда се с труда и въз основа на съзнанието и мисленето като човешки способности, които от своя страна водят до необходимостта от онзи вид съзидание, наречено по-късно култура. Тя, като израз на

човешкото съществуване (в антропологичен смисъл), и развитието са в неразривна връзка, тъй като „развитието само по себе си е действие на културата, защото е основано на ценности, идеи, гледни точки и предположения, заключаващи, че дадена общност, страна или регион се нуждаят от развитие” (Van Graan). Чрез процеса на развитие на ценностите, вярванията и идеите на ползвателите му се въздейства и те се променят. По този начин развитието и културата съществуват едновременно в динамично и съзидателно напрежение, всеки един информиращ и подпомагащ аспектите на другия, не само в права връзка.

В най-обобщен вид могат да се изведат 3 роли на културата за развитието на обществото:

- за човешкия растеж - принос към натрупването на човешкото познание и разбиране;
- нейните икономически и социални последици в средносрочен и дългосрочен план - политическия и социалния живот, БВП, заетост, удовлетворение от социалната среда, увеличаване или намаляване на толерантността;
- функцията ѝ на човешкия капитал и като средство за овластяване и просветяване - да засяга способността на хората да се справят с предизвикателствата на ежедневието и да реагират на внезапни промени в тяхната социална и физическа среда (Council of Europe, 1997).

Аргументите за поставянето на културата в сърцевината на развитието, тоест нейното влияние, могат да се обособят в няколко области:

а) Културата като средство за икономическо развитие – посредством културните индустрии, културния туризъм, традиционните средства за препитание, културни микро-предприятия, инфраструктура и институции.

б) Културата като средство за социално сближаване и стабилност – чрез символичната роля на наследството, чувството за идентичност и межкултурният диалог.

в) Културата като средство за устойчивост на околната среда – тя формира връзката на хората с природата и начините, по които се въздейства.

г) Културата като средство за намаляване на бедността – изхождайки от позицията, че бедността не е само липса на икономически ресурси, но и липса на права, влияние, статус и достойнство.

д) Културата търси местни решения на глобални въпроси като прави приложими стратегиите спрямо конкретното място.

В този смисъл, културният принос към устойчивото развитие се доказва по два основни начина. От една страна, подходи за развитие, които отчитат културата и са адаптирани към особеностите на дадено място и общност, показват, че са най-ефективни и вероятно ще доведат до устойчиви, приобщаващи и справедливи резултати като намаляване на бедността, социално включване и устойчивост на околната среда (UNESCO, 2019). Освен това културата има силата да отговори на въпросите, свързани с пола, на проблемите със здравето и околната среда, на предизвикателствата в областта на образованието и поминъка (MDG, 2013).

С премахването на бедността (*цел 1*) кореспондират културните изрази, услуги, стоки и обекти на наследството. От своя страна, премахването на глада (*цел 2/ подцел 2.5*) се постига чрез традиционните познания, свързани със запазването на съществуващите генетични ресурси. По отношение на доброто здраве (*цел 3*) здравните политики и програми трябва да са културно релевантни, като вземат предвид местните обичаи, както и да интегрират традиционни здравни системи и практики, където е уместно. Образователните програми на всички нива трябва да интегрират съдържание, свързано с културното многообразие, образованието по изкуствата, езиците и ролята на културните аспекти в устойчивото развитие във връзка с *цел 4/ подцел 4.7*. Равенството между половете

трябва да бъде постигнато и в културния живот от гледна точка на разширяване на възможностите за жените и момичетата да участват активно в културния живот и да ръководят свои проекти и организации в тази област.

На следващо място, традиционните знания могат да насърчат устойчиво използване на водните екосистеми. По същия начин, творци и дейци в сферата на културата могат да бъдат включени в проектирането на образователни дейности и дейности за повишаване на осведомеността относно производството и потреблението на енергия. За *цел 8/подцел 8.3* отново културните и творческите сектори имат потенциала да бъдат области на приобщаваща, устойчива и справедлива заетост, доколкото са гарантирани подходящите условия на труд. Спрямо *цел 9* културната инфраструктура, осигуряваща лесен и справедлив достъп и възможности за участие в културния живот, е част от качествената, надеждна, устойчива и устойчива инфраструктура, която трябва да бъде достъпна за всеки.

Релевантността по намаляване на неравенствата (*цел 10*) се изразява в това, че културното участие може да допринесе за овластяване и насърчаване на включването на всички хора, независимо от възраст, пол, увреждане, раса, етническа принадлежност, произход, религия или икономически и друг статус. Във връзка с *цел 11/подцели 11.4 и 11.7* много подходящи обекти и елементи от материално и нематериално културно наследство се намират в градовете и са от основно значение за насърчаване на местното устойчиво развитие. Относно *цел 12б* е достатъчно да се отбележи, че повечето местни и традиционни продукти са подходящи за устойчиво потребление и производство. Борбата с изменението на климата (*цел 13*) следва да бъде основана на традиционни знания, културни дейности и практики, които са устойчиви. Аналогично, някои културни традиции са свързани с устойчивото опазване на морските, крайбрежните и сухоземните екосистеми и трябва да бъдат идентифицирани, подсилени и интегрирани в политиките (*цел 14 и 15*). Стратегиите, насочени към смекчаване на насилието и насърчаване на мира, трябва да интегрират културен компонент (*цел 16*). И не на последно място, спрямо *цел 17*, международните, национални и местни стратегии за устойчиво развитие, трябва да интегрират културно измерение (UCLG, 2018).

### **Заклучение**

Антропологичното разбиране на културата позволява да се разкрие нейният потенциал за процеса на развитие като средство за икономическо развитие, социално сближаване, устойчивост на околната среда и местата за живеене, намаляване на бедността и глада, неравенствата и други. Следователно, дейностите в областта на културата притежават сериозно преимущество. Ако се провеждат в съответствие с една целева, интегрирана и балансирана политика, отговарят изцяло на принципите на устойчивото развитие – равенство между поколенията, разнообразие, предпазливост. Двата процеса са взаимосвързани и действията за развитие не следва да изключват сферата на културата. И не на последно място, културните ресурси се оказват неизчерпаеми и възобновяеми, което означава, че потенциалът им е неограничен.

### **Използвана литература**

1. Игълтън, Т. (2003). Идеята за културата. Изд. „СУ „Климент Охридски“. София. с.9.
2. Михалева, Н., Парушев, Т., Георгиева, Ст. (2011). История на културата. Изд. „Наука и икономика“. Варна. с.11.
3. Попов, К. (1999). Основи на теория на културата. Изд. „СУ „Климент Охридски“. София. с.11,12, 13, 15.

4. Стефанов, Ив. (2001). Природата на културата. Изд. „АСКОНИ-ИЗДАТ“. София.
5. Тейлър, Е.Б. (1988). Наука за културата. Етнографията за човека и обществото. Т. I. София. с.42.
6. Филипов, Д. (2005). Културата и развитието. УИ ”Стопанство”. София. с. 267-268.
7. Baldwin, John R. et al. (2006). Redefining culture: Perspectives across the disciplines. LEA. London. p.6.
8. Council of Europe. (1997). In from the margins. A contribution to the debate on culture and development in Europe. Council of Europe Publishing. p.31-32.
9. Culture and development. (2002). Strategy and guidelines. Annex:Development and cultural exchange. Denmark. p.21.
10. Final report. (1998). Intergovernmental conference on cultural policies for development. Stockholm. Sweden. 30 March - 2 April 1998.
11. Knight, J.(eds). (1990). Development as Capability Expansion:Human Development and International Development Strategy for the 1990s. Macmillan. London. pp. 40–41.
12. MDG (2013). Achievement Fund F. Culture and Development MDG-F Thematic Study: Review of Key Findings and Achievements. [Online] Available on: [http://www.mdgfund.org/sites/default/files/Culture\\_Thematic%20Study\\_0.pdf](http://www.mdgfund.org/sites/default/files/Culture_Thematic%20Study_0.pdf) [Accessed 14/09/2023].
13. Pattanaik, Prasanta K. (1997). Cultural indicators of well-being. Some conceptual issues. UNESCO Occasional paper series on culture and development. Paris.
14. Rodríguez-Pose, A., Tomaney, J. (2006). Local and regional development. Routledge, London and New York. p.33.
15. Savitt, W., Bottorf, P. (1995). Global Development: A Reference Handbook. ABC-CLIO Contemporary World Issues Series. Oxford. p. 69.
16. UCLG. (2018). Culture in the sustainable development goals: A guide for local action. May 2018. [Online] Available at: [https://www.uclg.org/sites/default/files/culture\\_in\\_the\\_sdgs.pdf](https://www.uclg.org/sites/default/files/culture_in_the_sdgs.pdf). [Accessed: 08/10/2023].
17. UNESCO. (1982). Mexico City Declaration on cultural policies, Article 16 (Final report of Mondiacult: World Conference on cultural policies, Mexico City, 26 July to 6 august 1982), UNESCO. Paris. Preamble and Articles 10 to 16.
18. UNESCO. (1995). The cultural dimension of development: Towards a practical approach. UNESCO Publishing, Paris.
19. UNESCO. (2012). Culture: a driver and an enabler of sustainable development. [Online] Available at: [https://www.un.org/millenniumgoals/pdf/Think%20Pieces/2\\_culture.pdf](https://www.un.org/millenniumgoals/pdf/Think%20Pieces/2_culture.pdf), [Accessed: 14/10/2021].
20. UNESCO. (2019). Culture|2030 indicators. UNESCO. Paris. [Online] Available at:<https://whc.unesco.org/en/culture2030indicators>, [Accessed: 21/09/23].
21. Van Graan, M. Culture and Development: A response to the challenges of the Future? UNESCO. [Online] Available at:[www.unesco.org/themes/culture](http://www.unesco.org/themes/culture) [Accessed: 14/06/2011/].

**Информация за контакт с автора:**

*гл. ас. д-р Силвия Димитрова*

*Икономически университет – Варна, катедра “Управление и администрация“*

*E-mail: [silvia\\_dimitrova@ue-varna.bg](mailto:silvia_dimitrova@ue-varna.bg)*

# ПАЗАРЪТ, КАТО ИНТЕЛИГЕНТЕН ИНФОРМАЦИОНЕН ХЪБ В ДИГИТАЛНАТА ИКОНОМИКА

гл. ас. д-р Ваня Хаджиева  
Нов български университет, гр. София

## THE MARKET AS AN INTELLIGENT INFORMATION HUB IN THE DIGITAL ECONOMY

Chief Assist. Prof. Vanya Hadjieva, PhD  
New Bulgarian University, Sofia, Bulgaria

### Резюме

Пазарът е социален феномен с хилядолетна история в рамките на която пазарите се развиват и надграждат различни функции и регламенти в услуга на потенциалните пазарни и непазарни субекти. В условията на глобална икономика, информацията се превръща във стратегически ресурс, който е ключов за успеха на съвременните бизнес модели. Глобални пазар изпълнява пълноценно функциите на съвременен интелигентен информационен хъб, който балансира глобалните търговски процеси през 21-ви век.

**Ключови думи:** пазар, глобална търговия, информационен хъб,  
**JEL Класификация:** D47, G10

### Abstract

The market is a social phenomenon with a millennial history within which markets develop and upgrade various functions and regulations in the service of potential market and non-market subjects. In the conditions of a global economy, information becomes a strategic resource that is key to the success of modern business models. Global Marketplace fully fulfills the functions of a modern intelligent information hub that balances global trade processes in the 21st century.

**Keywords:** marketplace, global trade, information hub  
**JEL Classification:** D47, G10

### Въведение

Глобализацията е явление, което провокира обособяването на т.нар. глобален пазар, които обединява повечето пазарни центрове в системна обвързаност в рамките на която се реализират разменните отношения. По своята същност глобалния пазар е социално-икономически феномен, които се утвърждава в рамките на 21-ви век, като фокусен център на съвременните икономически, политически и социални отношения на глобалното общество. В условията на глобална общност, информацията се превърна в стратегически ресурс за всеки бизнес, което провокира анализът на ключовите характеристики на глобалния пазар. Целта на представеното изследване е да се анализират характеристиките на глобалния пазар през призмата на неговата информационна обезпеченост и ролята му на интелигентен информационен хъб посредством, които се обезпечават разменните процеси в съвременното глобално общество. Обект на анализ са характеристиките на системата на глобалния пазар, в контекста на повсеместната дигитална трансформация.

### **Глобализацията – предизвикателството на новото време.**

Глобализацията е комплексен социален феномен, който радикално промени животът на съвременния човек засягайки, както икономическите, така политическите и социалните отношения, културата, религиите и всички останали сфери на съвременния живот. Обособяването на глобалния пазар е пряк резултат от утвърждаването на феномена глобализация, който преобрази търговските, политическите, културните и т.н. отношения през 21-ви век. Глобализацията следва да се възприема, 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.**

Независимо от това как се възприема глобализацията, концепцията е утвърдена от академичната общност, заемайки 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 през 21-ви век без разбирането на глобализацията и всеотрасловите ѝ ефекти и проявления. В съвременните условия, нито една организация и/или отделна личност не може да остане незасегната от ефектите на глобализацията, защото именно тя определя дневния ред на съвременното общество. Глобализацията като всеобхватен процес не подминава нито една съвременна организация, като моделира нейното поведение и глобалния пазар не прави изключение.

### **Глобалния пазар – същност и характеристики.**

Пазарът е социален феномен стар колкото света, може да се твърди, че още първобитните хора са използвали размяната за да удовлетворяват различните си потребности, което по същество е доказателство за първите пазарни отношения. Към днешния етап на развитие пазарът **е обществена форма на размяна, система от икономически взаимоотношения между заинтересовани субекти, която се осъществява на специално определено за целта място наречено пазар, което не винаги е обвързано с конкретно физическа локация.** Класическият пазар е безспорно събирателен център на икономически, политически, социални, религиозни, културни, образователни и т.н. интереси, но каква е интерпретацията за глобалния пазар към актуалната икономическа ситуация?

В сайта на Cambridge Dictionary за глобалния пазар се казва, че е съвкупността от всички хора от всички части на света, които купуват или биха искали да купят нещо (Cambridge dictionary, 2022).

Друга интерпретация приема, че Глобалният пазар се отнася до световния икономически пазар, на който бизнесът работи днес, купувайки и продавайки както готови продукти, така и труд, материални и енергийни ресурси. (Definition, 2022)

В речникът на Лонгман за глобален пазар се казва: „пазар дейността по закупуване или продажба на стоки и услуги във всички страни по света или стойността на продадените стоки и услуги“ (Longman dictionary, 2023)

Глобалният пазар е термин, използван за описване на обмяна на стоки, идеи и услуги, свободен от географски граници. (Navigating the Global Marketplace, January 24, 2020)

Пазарът, на който стоките и услугите на една страна се търгуват (купуват или продават) на хора от други страни. (William Amone, 2015, p.22)

Към днешния етап на обществено развитие **глобалния пазар** следва да се възприема, като понятие с което се описва обмяна на активи (стоки, идеи, услуги, права, деривати, дигитални и виртуални активи) в системата на глобалните икономически

отношения. По същество глобалния пазар е пазар за който може да се твърди, че притежава всички характеристики на класическия пазар – **локация, активи обект на търсене и предлагане, участници, регулации, технологична инфраструктура. Всички тези характеристики обвързани в системно взаимодействие формират т.нар. глобален пазар на които се търгуват активи без ограниченията на географските граници и локации.**

Ключовите характеристики на глобалния пазар са представени на фиг.1, както следва:



**Фигура 1. Ключови характеристики на глобалния пазар**

*Източник: авторска визуализация*

Разглеждайки ключовите характеристики на глобалния пазар следва да се открие неговият системен характер, който има определяща роля в глобалния контекст. Глобалният пазар е съвкупността от елементи за която е характерна причастност, подреденост, взаимодействие между отделните елементи и свойството системност – следва да се възприема, като система за която е характерно взаимодействие, което обвързва отделните елементи на системата, както и взаимодействие на системата със заобикалящата среда.

Пазарът е социален феномен с хилядолетна история в рамките на която пазарите се развиват и надграждат различни функции и регламенти в услуга на потенциалните пазарни и непазарни субекти. В условията на глобална икономика, информацията се превръща във стратегически ресурс, който е ключов за успеха на съвременните бизнес модели. Глобални пазар изпълнява пълноценно функциите на съвременен **интелигентен информационен хъб**, който балансира глобалните търговски процеси през 21-ви век.

Освен системния характер на глобалния пазар са присъщи и други характеристики обусловени от системността, като:

- **Обхвата на глобалния пазар.** Като всеобхватна система глобалния пазар има неограничен обхват, който не се влияе от географски локации и административни граници;

- **Участници на глобалния пазар** на практика са всички потенциални субекти желаещи да се включат в глобалните размени процеси, защото глобалния пазар е всеобщо достъпен пазар;

- **Локацията на глобалния пазар** е дигитална, тоест в рамките на системата са обхванати всички пазарни центрове по света, обединени в пространството на Интернет, което не се влияе от географска локация и национални граници;

- **Регулациите по отношение на глобалния пазар** могат да се представят в две групи. От една страна това са утвърдените и разписани административни регулации, които регламентират работата на отделните пазарни средища. От друга страна съществуват и т.н. неписани регулации, които са неформални, но в не по-малка степен регулират работата на системата на глобалния пазар;

- **Активите търгувани на глобалния пазар** са ценности, които покриват целият спектър на търсене и предлагане, които е възможен. Изхождайки от всеобхватния характер на системата на глобалния пазар следва да се има предвид, че от системата на глобалния пазар не следва да се елеминират и т.н. “незаконни” пазари на наркотици, оръжия и т.н., които също са елементи на глобалната система. Друга група ценности, които се търгуват са и т.н. крипто активи, които са децентрализирана алтернатива на утвърдените фиатни пари;

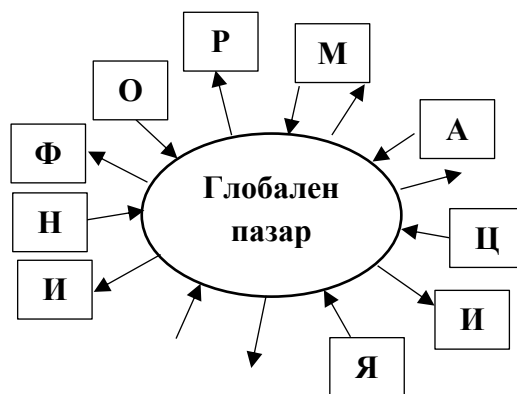
- **Парите в рамките на системата на глобалния пазар** имат и второ измерение освен класическите пари в качеството им на универсален измерител на ценността на богатата и това са т.н. крипто активи, които в последните години добиха огромна популярност.

### **Глобалния пазар, като интелигентен информационен хъб**

Търговията е стара колкото самият свят, защото съпътства човешката еволюция още от древността, когато хората разменяли излишъците от притежанията си, като по този начин се опитвали да задоволят потребностите си – така именно се появяват първите търговски (*пазарни*) *взаимоотношения*. По своята същност търговските взаимоотношения са производствени дейности, които се осъществяват между заинтересовани агента (продавачи и купувачи) с цел задоволяване на конкретни нужди и потребности. Търговските отношения са цялата съвкупност от сключени сделки между физически лица, юридически лица и държави с цел размяната на активи и отстояването на позиции, не са рядкост случаите в които бизнес отношенията опосредстват политически, културен, технологичен, личностен и т.н. обмен. Благодарение именно на тези всеобхватни търговски отношения базирани на глобализацията и технологичните иновации днес хората и компаниите научават и имат възможност да бъдат част от стопанските отношения, които се случват на все по-глобалния пазар, който се явява фундамента на глобалното общество. Пазарът е сърцето на глобалната икономика, което събира и въвлича субекти по целия свят в системата на глобалните търговски отношения.

**Пазарът може да се представи като информационен хъб** в съвременните обществено-икономически отношения, защото на пазарните средища се концентрира целият информационен поток - информация свързана с търсенето и предлагането на активи, цената на активите, количествата, очакванията на пазарните субекти и т.н. В същото време пазара е отворена система, която взаимодейства двупосочно с околната среда (глобалното общество), както е показано на фиг.2.





**Фигура 2. Пазарът, като интелигентен информационен хъб**  
*Източник: авторска визуализация*

Работа на всяко пазарно средище, без значение от неговата локализация, размер специализация протича двупосочно – от една страна на пазара се генерира информация, относно търсенето, предлагането, цената, количествата, качеството и т.н. на активите, която мигновено става достояние на глобалния потребител. Успоредно с това в глобалното общество (заобикалящата среда) се случват събития, които оказват влияние върху поведението на пазарните субекти и тази информация мигновено достига до пазарните участници и се проектира в тяхното пазарно поведение. Този информационен трансфер е стар, колкото са стари и самите пазари, но в рамките на глобалното общество този информационен процес тече изключително бързо благодарение на технологичните иновации, които опосредстват живота през 21-ви век.

В този контекст може да се твърди, че съвременният глобален пазар изпълнява ролята на информационен хъб, които концентрира информационните потоци и прави генерираната информация всеобщо достъпна за всеки член на съвременното глобално общество. Системния характер на глобалния пазар е резултат от концентрацията на множество пазарни центрове, като всеки отделен пазарен сегмент изпълнява функцията на информационен хъб.

От техническа гледна точка информационните хъбове се разграничават в три групи

- *Пасивни информационни хъбове*, които позволяват на пакетите физически да се разпространяват от един порт към всички останали, като не регенерират или почистват сигнала, не се нуждаят от захранване.

- *Активни информационни хъбове*, позволяват на пакетите физически да се разпространяват от един порт към всички останали, като ги регенерират. Тези хъбове се нуждаят от захранване.

- *Интелигентни информационни хъбове* – работят като активен информационен хъб, но имат възможност за диагностициране.

Съпоставяйки технологичните характеристики на информационните хъбове със съвременните пазари с висока степен на убеденост може да се твърди, че **глобалния пазар изпълнява ролята на интелигентен информационен хъб** в съвременното глобално общество, защото:

- Глобалния пазар концентрира информационните потоци от различни пазарни центрове и непазарни източници,
- Глобалния пазар осигурява всеобща достъпност на генерираната информация,
- Глобалния пазар реагира на въздействията на околната среда,

- В случаите на форсмажорни събития в обкръжаващата среда глобалния пазар имат механизми, посредством които да коригира поведението на пазарните субекти, като се предотвратяват икономически аномалии и катастрофи.

Глобалния пазар през 21-ви век изпълняват пълноценно ролята на **интелигентни информационни хъбове**, които балансират информационните потоци и поведението на въвлечените субекти в глобалните търговски отношения, посредством динамичния двупосочен трансфер, който се реализира в системата на глобалния пазар.

### **Заклучение**

В рамките на представеното изследване на ключовите характеристики на глобалния пазар, може да се заключи, че системата на глобалния пазар, която обвързва болшинството пазарни центрове в системна съвкупност пълноценно изпълнява ролята на интелигентен информационен хъб, който балансира устойчивите търговски отношения в глобален мащаб между заинтересованите пазарни и непазарни субекти през 21-ви век.

Системата на **глобални пазар успява да поддържа структуриран баланс** през повечето време, като не са изключения и ситуации на спадове и възходи при които различните пазарни механизми се задействат по естествен път (търсенто и предлагането балансират кризисните ситуации) при липса на външна регулативна намеса;

Глобалния пазар, като система има устойчива структура, която през хилядолетната си история успява устойчиво да се развива и надгражда, като към момента обхваща неизброимото множество от пазарни центрове почти по целия свят в динамична система, която реагира своевременно на различни външни въздействия, като балансира форсмажорните ситуации;

### **Използвана литература**

1. Cambridge dictionary, 2022, виж: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/global-market>) достъп на 1.5.2023
2. Definition, 2022, виж: <https://www.dictionary.com/e/word-of-the-year/>, достъп на 12.6.2023
3. Longman dictionary, 2023, виж: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/global-market>, достъп на 13.6.2023
4. Navigating the Global Marketplace, January 24, 2020
5. William Azone, 2015, p.22, виж: <https://www.globalization-partners.com/blog/navigating-the-global-marketplace/>, достъп на 27.6.2023

### **Информация за контакт с автора:**

гл. ас. д-р Ваня Хаджиева

Нов български университет, департамент: Администрация и управление

E-mail: [vhadjieva@nbu.bg](mailto:vhadjieva@nbu.bg)

# ГРАДСКАТА ЛОГИСТИКА КАТО ФАКТОР ЗА ПОСТИГАНЕ НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ

гл. ас. д-р Влади Куришумов  
Икономически университет – Варна

## CITY LOGISTICS AS A FACTOR FOR ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH

Chief Assist. Prof. Vladi Kurshumov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Устойчивото развитие и икономическият растеж на градовете определят качеството на живот на населението и неговата жизнеспособност. Ключова роля за това има внедряването на концепцията за градска логистика като подход за адекватно организиране на градския товарен транспорт, намаляване на вредното въздействие върху околната среда и подобряване на мобилността. Целта на научния доклад е да се изведат основните характеристики на градската логистика в теоретичен аспект, както и нейната роля за развитие на регионите. Резултатите от проведеното изследване показват, че правилно организираната градска логистична система е един от основните фактори за конкурентоспособност на общините, а оттам и за постигане на благополучие на редица заинтересовани страни, в т.ч. и на обществото като цяло.

**Ключови думи:** градска логистика, устойчиво развитие, товарен транспорт  
**JEL Класификация:** O18, Q56; R41

### Abstract

The sustainable development and economic growth of cities determine the quality of life of the population and its viability. A key role for this is the implementation of urban logistics concept as an approach to adequately organize urban freight transport, reduce the harmful impact on the environment and improve mobility. The aim of the scientific report is to present the main characteristics of urban logistics in a theoretical aspect, as well as its role in regional development. The results of the conducted research show that a properly organized urban logistics system is one of the main factors for the competitiveness of municipalities, and hence also for achieving the well-being of a number of interested parties, including and society as a whole.

**Keywords:** urban logistics, sustainable development, freight transport  
**JEL Classification:** O18, Q56; R41

### Въведение

В последните десетилетия урбанизацията на градовете нараства, следствие на което за общинските администрации възникват множество предизвикателства, свързани с прекомерното замърсяване, нарастващия шум, задръствания и др. Те възникват и в резултат от увеличената консумация на стоки и услуги от населението и все по-често променящите се потребности. Ключово в тази ситуация е намирането на баланс между икономическия растеж на регионите, социалното благополучие на жителите и екологичното равновесие. Един от основните фактори с влияние върху градските процеси е

транспорта, който едновременно подпомага задоволяването на социално-икономическите потребности на населението и в същото време се явява един от най-големите замърсители на околната среда.

До 2016 г. над 100 млн. души са се преместили в градовете, като очакванията са в световен мащаб през 2050 г. градското население да наброява 70 %. Тези данни са тревожни от гледна точка на засилване на проблемите в населените места, в т.ч. и по отношение на градския товарен транспорт. Още в началото на 70-те години на 20-ти век започва да се говори за необходимостта от регулиране на трафика в градовете и за възможностите за минимизиране на тежкотоварни превозни средства. След 1990 г. се засилват научните изследвания в областта, като се стартират редица изследователски проекти и експериментални внедрявания, базирани на нови технологии и оптимизационни модели, целящи са намерят подходящо решение за оптимални градски логистични процеси. Това се случва първоначално Западна Европа и Япония, където изпълнението на различни проекти се радва на сериозна подкрепа от публичните власти, докато в Германия и Швейцария инициатори са предимно частни компании.

Целта на научния доклад е да се изведат основните характеристики на градската логистика в теоретичен аспект, както и нейната роля за развитие на регионите и за постигане на устойчиво развитие и икономически растеж. Обект на изследване са градските логистични процеси, а предмет на изследване е възможността за тяхното оптимизиране в контекста на релацията социално благополучие – екоравновесие – икономическо развитие. За изпълнение на заложената цел са формулирани следните задачи за изпълнение: 1) Извеждане на основните характеристики на понятието „градска логистика“, в т.ч. процес на формиране на градската логистична система, фактори за развитие, основни цели и задачи; 2) Обособяване на обхвата на градската логистична система с нейните основни процеси, проблеми и предизвикателства; 3) Извеждане на ключови предпоставки за планиране и управление на логистичните процеси в градски условия.

## **1. Основни характеристики на градската логистика**

В литературата липсва единомислие по отношение на същността и обхвата на градската логистика. Както Witkowski и Kiba-Janiak (2014) посочват, съществуват две групи от дефиниции. Едната поддържа мнението, че в обхвата на градската логистика влиза единствено товарния градски транспорт, доколкото другото виждане е, че в понятието се включва и движението на хора. Crainic (2008) определя градската логистика като система, характеризираща се с оптимизирана консолидация на товари от различни спедитори и превозвачи в рамките на едни и същи превозни средства за доставка и координиране на товарните и транспортни дейности в рамките на града. Някои автори (Taniguchi, Thompson, Yamada, van Duin, 2001) дефинират понятието като съвкупност от процеси за цялостно оптимизиране на логистичните и транспортни дейности от частни компании с помощта на съвременни информационни системи в градските райони, като се има предвид трафик средата, задръстванията, безопасността на движението и спестяването на енергия в рамките на пазарната икономика. Според друго определение градската логистика е процес на цялостна оптимизация на транспорта и логистиката в градските райони, поддържани от най-съвременни информационни системи и с отчитане на икономическите, екологичните, социалните аспекти и аспектите на безопасността (Szymczak, 2008). Трета дефиниция обръща внимание на изпълняваните функции, като посочва градската логистика като процес на планиране, изпълнение, координиране и контрол, свързан с движението на хора, стоки и информация в градските райони, предназначен да намали разходите и да подобри качеството на живот в резултат на компромиса между нуждите на различни заинтересовани страни (Szołtysek, 2007).

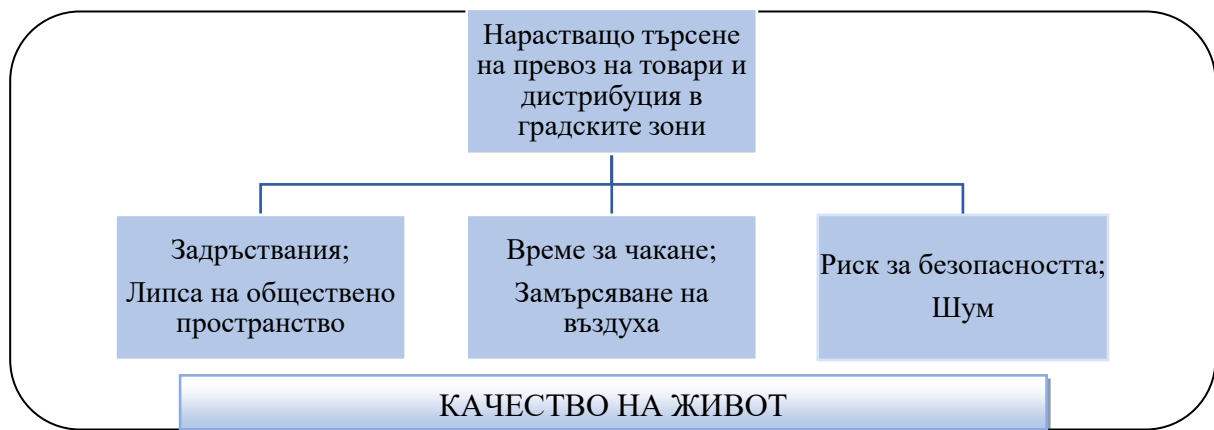
Гореизложените дефиниции и гледни точки за същността на градската логистика съдържат някои общи характеристики, както и някои различия, но като цяло по-скоро се допълват и взаимно надграждат. Въз основа на това, като основни моменти в съдържанието на понятието могат да бъдат изведени следните особености:

- В основата на градската логистика стои оптимизирането на логистични и транспортни дейности в рамките на населеното място;
- Следва да се разглежда от системна гледна точка като съвкупност от процеси по планиране, изпълнение, координиране и контрол на градския товаропоток;
- Основава се на партньорство и консолидация на товари от различни спедитори и превозвачи;
- Използва функционално интегриране на съвременни информационни системи и технологии за минимизиране на задръстванията, осигуряване на безопасно движение и енергийна ефективност в контекста на дадена трафик среда;
- Ангажира различни заинтересовани страни с различни потребности, като отчита икономическите, социални и екологични аспекти на градската среда.

По наше мнение, концепцията за градска логистика следва да се фокусира предимно върху товарния транспорт и може да бъде дефинирана като:

*Система от цели, мерки и процеси по планиране и координиране на градския товаропоток чрез консолидиране на товари и активно взаимодействие между множество заинтересовани страни с цел постигане на баланс между икономическо развитие, социален просперитет и екоравновесие.*

Въпреки че фокусът се поставя върху товарния транспорт, градската логистична система не може да бъде проектирана без отчитане на човекопотока в града, защото връзката между тях е пряка и се обуславя от преследваната цел за подобряване на качеството на живот. От една страна социалното развитие на обществото е немислимо без товарния транспорт. В същото време прекомерното търсене на логистични услуги поражда проблеми като задръстване, липса на обществено пространство, замърсяване, шум и висок риск за безопасността на населението (фиг. 1).



**Фигура 1. Връзка между товарния транспорт и качеството на живот**

Концепцията за градска логистика идва в отговор на необходимостта от решаването на отрицателни въздействия и предизвикателства на градския товарен транспорт, като обединява множество цели, както и поведението на множество заинтересовани страни, което осигурява основата за устойчиви и годни за живеене градове (Taniguchi, 2014). Тя се заражда като цялостен подход, насочен към смекчаване на отрицателното въздействие на градския товарен транспорт, без да се санкционират множеството

икономически, социални, административни, културни, туристически и други дейности на града (Benjelloun, Crainic, Bigras, 2010). В тази връзка усилията, инвестициите и изграждането на партньорства между публични институции и частни организации са насочени към постигане на устойчивост. В резултат на изведените постановки за същността и съдържанието на понятието „градска логистика“, могат да бъдат обобщени и нейните основни цели и задачи. Taniguchi, Thompson и Yamada (2003) определят като основна цел създаването на мобилен, устойчив и годен за живеене град чрез доставяне на необходимите стоки и събиране на стоки, които се произвеждат в града, както и минимизиране на отрицателните въздействия върху околната среда, безопасността и потреблението на енергия. Друг автор определя основната цел на градската логистика като намаляване на неудобствата, свързани с товарния транспорт в градски условия, като същевременно се поддържа икономическото и социално развитие на градовете (Crainic, 2008). Същевременно като най-важни задачи пред градската логистична система могат да се обособят: 1) Установяване на ефективни партньорства между ключови заинтересовани страни; 2) Включване на градския товарен транспорт като неразделна част от градското планиране; 3) Внедряване на информационни и комуникационни технологии и развитие на интелигентни транспортни системи и 4) Насърчаване на корпоративната отговорност. Посочените цели и задачи за изпълнение засягат всички процеси в обхвата на градската логистика, в т.ч. направленията мобилност, устойчивост и добри условия на живот.

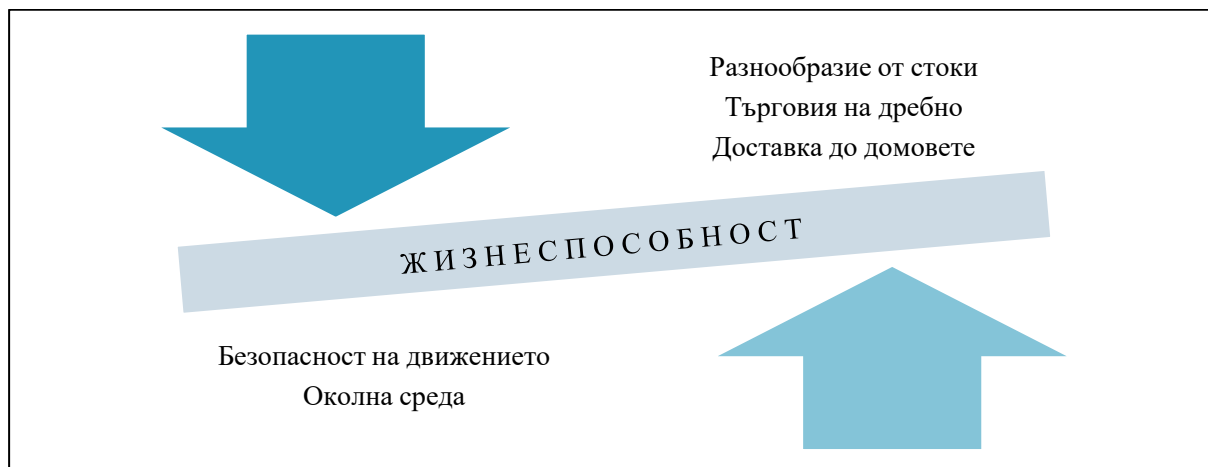
## **2. Обхват на градската логистика и основни проблеми**

Направленията „мобилност“, „устойчивост“ и „добри условия на живот“ се разглеждат в литературата като основополагащи за дефиниране на обхвата на градските логистични процеси, като те следва да бъдат разглеждани и анализирани заедно и в цялост (Taniguchi, Thompson и Yamada, 2003). Мобилността се определя като лекота на движение (Levine, Grab, 2002) и е основно изискване за транспортиране на стоки в рамките на градските райони, както и в и от градските райони. Фактори за постигане на мобилност са: надеждна пътна, железопътна и друга модална транспортна мрежа; капацитет на транспортната мрежа; възможности за облекчаване на задръстванията, в т.ч. чрез внедряване на времеви прозорци за доставка и др. В тази връзка е от значение разграничаване на градският товарен транспорт от товаропотока извън населените места. Основните отличителни характеристики са честа доставка на по-малки количества стоки; сравнително ниско използване на капацитета на товарните моторни превозни средства; често паркиране на улицата поради липса на обособени места за товаро-разтоварна дейност; необходимост от пристигане при клиентите в точно определен сравнително кратък времеви диапазон и достъпност и надеждност, характеризирани се с високи обществени разходи и екологични проблеми. Според Levine и Grab (2002) именно достъпността е функция на мобилността и може да се определи като улесненото достигане на дестинации. Надеждността от своя страна може да се определи като възможността за успешно пътуване от едно място на друго. По-ниските достъпност и надеждност водят до неефективно движение на товари в градските зони и съответно до намаляване на нивата на обслужване.

По отношение на направление „Устойчивост“, в обхвата на градската логистика се включват измеренията, свързани с отрицателните въздействия върху околната среда, в т.ч. потреблението на енергия. Като основни негативни ефекти в тази посока могат да се обособят прекомерния шум, високата степен на вредни емисии (въглеродни и азотни оксиди; прахови частици и др.); вибрации и друг тип замърсяване. В отговор на тези предизвикателства стоят въпрос, свързани с възможността за изграждане на сътрудничество на бизнес ниво (дори и между конкуренти), споразумения за намаляване на емисиите въглероден диоксид; по-активно използване на системите за управление на

околната среда; адекватно маршрутизиране; внедряване на алтернативни превозни средства, алтернативни горива и др. организационни модели и подходи.

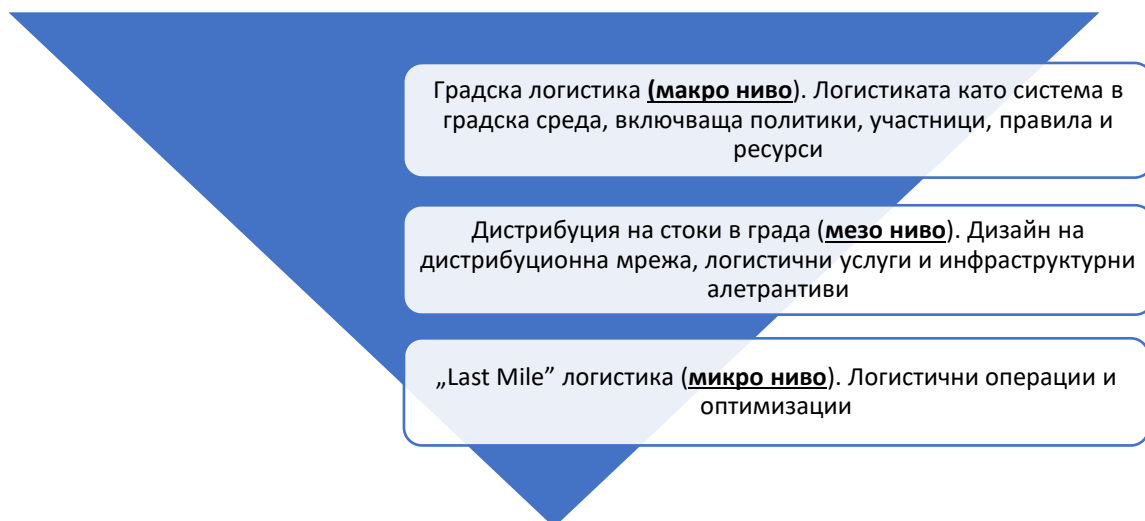
Taniguchi, Thompson и Yamada (2003) отъждествяват добрите условия на живот в градовете с понятието „жизнеспособност“. Според посочените автори, жизнеспособността се характеризира с удовлетворението на хората от техния живот под влиянието на различни външни и вътрешни условия, определящи степента на пригодност на живеене в даденото населено място. Като фактори за жизнеспособност могат да се изтъкнат физическите характеристики на мястото, социални атрибути на средата, степен на комфорт, имидж, привлекателност, безопасност, спокойствие и др. Проявлението на посочените фактори от своя страна зависи от изпълнението на градските логистични процеси, което е предпоставка за необходимостта от отчитане на условията на живот при планиране на логистичните системи в града. Парадоксална е връзката между жизнеспособността и проблемите на градския товарен транспорт. За да се осигури комфорт на населението се отчита нарастване на доставките до домовете на много разнородни стоки и значително увеличаване на обемите извършена работа от търговците на дребно. Това от своя страна води до увеличено търсене на логистични услуги, което пък се отразява в посока увеличено замърсяване на околната среда и намалена безопасност (фиг. 2).



**Фигура 2. Потребление, ефекти, жизнеспособност**

Възможни варианти за намирането на баланс между потребление, комфорт на населението, безопасност на движение и чиста околна среда в областта на градския товарен транспорт са: 1) Намаляване на търсенето на товарни моторни превозни средства чрез изграждане на кооперативни системи, обществени логистични терминали и внедряване на информационни технологии за оптимизиране на процесите; 2) Интегриране на товарните моторни превозни средства към градските условия на придвижване чрез разработване на стандарти за превоз, оценка на производителността и унифициране измерването на екологичния отпечатък и др.; 3) Ефективно сътрудничество между индустрията, правителството и научните организации.

Градската логистична система може да се характеризира и като съвкупност от процеси, изпълнявани на три йерархични равнища: макро, мезо и микро ниво. (Cardenas Barbosa et al, 2017) Макроравнището обхваща логистиката като система в градската среда, включваща политики, участници, правила и ресурси. При мезоравнището фокусът е върху дистрибуцията на стоките, в т.ч. дизайн на дистрибуционната мрежа, логистични услуги и инфраструктурни алтернативи. На микроравнище се разглеждат конкретни логистични операции и процесни оптимизации (фиг. 3).



**Фигура 3. Йерархични равнища в градската логистика**

*Източник: Адаптирано по Cardenas Barbosa et al., 2017*

Планирането, проектирането и изграждането на градската логистична система е необходимо да обхване и трите йерархични нива. Характерно е, че при промяна на някои от елементите /параметрите/ на дадено ниво, то това неминуемо се отразява и върху промени в останалите нива на действие.

Според Sosik, Turzeniecka и Iwan (2018) основните проблеми, които градската логистика следва да разреши са пътни инциденти; липса на комуникация между заинтересованите страни, Липса на подходяща точкова инфраструктура (паркинги) и подходяща линейна инфраструктура (тясна пътна система); специфично естество на шофиране в градовете и/или неправилно обезопасяване на товарите; задръствания и др. (табл. 1)

**Таблица 1**

**Основни проблеми и предизвикателства пред градовете в областта на градската логистика**

Проблеми, засягащи градската логистика	Отрицателни последици от тези проблеми
Липса на комуникация или неразбирателство между заинтересовани страни	Неизпълнение на условията между поръчващи страни и превозвачи, време за изпълнение на поръчките, неблагоприятни икономически ефекти
Пътни инциденти	Неизпълнение на условията между поръчващи страни и превозвачи, време за изпълнение на поръчките, неблагоприятни икономически ефекти
Липса на подходяща точкова инфраструктура – охраняеми паркинги; Липса на подходяща линейна инфраструктура – тясна пътна система	Време за изпълнение на поръчките, неблагоприятни икономически ефекти
Специфично естество на шофиране в градовете и/или неправилно обезопасяване на товарите	Неблагоприятни икономически, социални и технически ефекти
Задръствания	Неблагоприятни икономически, социални и екологични ефекти

*Източник: Адаптирано по Sosik, Turzeniecka и Iwan, 2018*

Негативните ефекти от проявлението на посочените проблемни области се изразяват в увеличено време за изпълнение на поръчките; влошаване на икономическите,



социалните и екологични аспекти на градската среда и др. Проблемът, свързан с лоша комуникация между страните е един от най-важните при изпълнението на транспортни и спедиторски дейности. В тази връзка основна задача на спедиторите е да се уверят, че са осигурени подходящи комуникационни канали и че процесите са планирани за изпълнение в подходящ времеви хоризонт. Влошената инфраструктура засяга спиране директно в платната за движение с цел извършване на доставката, което допринася за увеличаване на задръстванията и емисиите на замърсители (когато превозното средство за доставка е спряно в лентата за движение, двигателят продължава да работи). Тясната пътна система затруднява останалите участници в движението и води до увеличено време за шофиране. От своя страна, проблемът със специфичното шофиране касае често преместване, ниска плавност на трафика и бързи маневри, както и по-бързо амортизиране на превозните средства.

Правилата за движение, които действат в градските райони вече не са достатъчно условие за рационализиране на трафика. Необходими са нови организационни модели на взаимодействие. Необходимо е също така да се повиши самосъзнанието на потребителите по отношение на изисквания към транспортните услуги. Трябва да се неутрализира разглеждането на всяка пратка, фирма и превозно средство поотделно. Всички заинтересовани страни следва да работят заедно като част от единна градска логистична система с оглед постигане на заложените цели за по-добри условия на живот. Необходимо е да се премине към всестранно внедряване на „зелени“ транспортни средства и консолидиране на товари. Това са само част от мерките, които градовете следва да предприемат, за да оптимизират движението на товарите в градски условия и така да осигурят необходимата жизнеспособност на общините и регионите.

### **Заклучение**

Концепцията за градска логистика придобива все по-голяма значение и необходимостта от нейното внедряване в градовете става първостепенна необходимост. Устойчивото развитие е основен приоритет в световен мащаб, но пътят към неговото постигане минава през реорганизация и оптимизация на градските логистични системи. Както бе подчертано, следва да се намери баланс между икономическото развитие, екологичното равновесие и социалното благополучие чрез използване на нови технологии, системи за управление на трафика, алтернативни средства за доставки, организационни модели и др. В резултат на проведения литературен обзор може да се достигне до извода, че постигане на успех при градските логистични цели и задачи е възможно чрез подход, базиран на тясно сътрудничество между заинтересовани страни, публично-частни партньорства и висока степен на ангажираност в процесите, включително и на потребителите.

### **Използвана литература**

1. Benjelloun, A., Crainic, T., Bigras., Y. (2010) Towards a taxonomy of City Logistics projects., The Sixth International Conference on City Logistics., Procedia Social and Behavioral Sciences 2, 6217–6228
2. Billington, R. and R.N. Allan (1992). Reliability Evaluation of Engineering Systems: Concepts and Techniques. Plenum Press, New York
3. Cardenas Barbosa, Ivan & Borbon-Galvez, Yari & Verlinden, Thomas & Voorde, Eddy & Vanelslander, Thierry & Dewulf, Wouter. (2017). City logistics, urban goods distribution and last mile delivery and collection. Competition and Regulation in Network Industries. 18. 178359171773650. 10.1177/1783591717736505
4. Crainic, Teodor Gabriel. (2008). City Logistics. 10.1287/educ.1080.0047

5. Levine, J. and Y. Grab (2002). Congestion pricing's conditional promise: promotion of accessibility or mobility? *Transport Policy*, 9, 179-188
6. Sosik, K., Turzeniecka, M., Iwan, S. (2018). Difficulties affecting distribution process in a city - a forwarder perspective. *Green Cities 2018. Transportation Research Procedia* 39 (2019) 480–487
7. Szołtysek J. (2007) *Podstawy logistyki miejskiej [Fundamentals of City Logistics]*. Katowice: Akademia Ekonomiczna
8. Szymczak, M. (2008). *Logistykamijska*. Poznań: Poznań University of Economics and Business Press
9. Taniguchi, E. (2014) Concepts of city logistics for sustainable and liveable cities, 1st International Conference Green Cities 2014 – Green Logistics for Greener Cities, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 151, 310 – 317
10. Taniguchi, E., R. G. Thompson, T. Yamada. (2003) Visions for City Logistics. *Logistics Systems for Sustainable Cities. Proceedings of the 3rd International Conference on City Logistics*, p. 1-16
11. Taniguchi, E., R. G. Thompson, T. Yamada and R. van Duin (2001). *City Logistics – Network Modelling and Intelligent Transport Systems*, Elsevier, Oxford
12. Witkowski, J., Kiba-Janiak, M. (2014) The Role of Local Governments in the Development of City Logistics, 8th International Conference on City Logistics, *Procedia -Social and Behavioral Sciences* 125, 373 –385

**Информация за контакт с автора:**

*гл. ас. д-р Влади Куршумов*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустиален бизнес и логистика“*

*E-mail: vl\_kurshumov@ue-varna.bg*

# НЕГАТИВНО ВЛИЯНИЕ НА ОТРИЦАТЕЛНИТЕ ЛИХВИ И ЦЕНИ ВЪРХУ РЕАЛНАТА ИКОНОМИКА

гл. ас. д-р Красимира Найденова  
Икономически университет - Варна

## UNFAVORABLE IMPACT OF NEGATIVE INTEREST RATES AND PRICES ON THE REAL ECONOMY

Chief Assist. Prof. Krasimira Naydenova, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Отрицателните лихви и отрицателните цени имат сериозни последици върху реалната икономика. Разрушават се механизмите за оценяване на риска и възвръщаемостта, както и за прогнозиране на представянето и на стойността на компании и активи, за някои бизнеси достъпът до капитал намалява. Това са проблеми на връзката между реалния и финансовия сектор и докладът цели да разкрие част от видимите на повърхността последици от стратегията за справяне с кризите, както и да дефинира някои отрицателни ефекти върху реалната икономика.

**Ключови думи:** Отрицателни цени, отрицателни лихви, достъп до капитал, цена на капитала.

**JEL класификация:** G320

### Abstract

Negative interest rates and negative prices have serious consequences for the real economy. Mechanisms for evaluating risk and return, as well as for assessing the performance and value of companies and assets are being disrupted, and access to capital is decreasing for some businesses. These are problems of the relationship between the real and financial sectors, and the study aims to reveal some of the visible consequences of the crisis management strategy, as well as to define some negative effects on the real economy.

**Keywords:** Negative prices, negative interest rates, access to capital, cost of capital.

**JEL Classification:** G320

### Въведение

Последните 15 години поставят редица предизвикателства пред реалната икономика и финансовия сектор. Финансовата криза от края на 2008 г. предизвиква централните банки с мащаба си и възможните последици, те реагират с множество нетрадиционни мерки. Сред тях са количествените улеснения и нулевите лихви. Целта е парите да стигнат до бизнеса и търговския, индустриалния сектор и този на услугите да не търпят отрицателни влияния поради токсичните банкови портфейли. Мерките продължават твърде дълго и през март 2020 г. все още са в сила. Тогава световната пандемия предизвиква още по-сериозна криза, реалният сектор е по-ударен от финансовия, но инструментите на централните банки и правителствата остават същите – още количествени улеснения и същите нулеви, дори отрицателни лихви.

Номиналните отрицателните лихви не стигат до реалния сектор, само някои държавни облигации постигат за кратко този резултат. Въпреки това за дълъг период лихвите по всички държавни първокласни книжа и по много от корпоративните дългови

книжа са реално отрицателни. Този факт е с множество последствия и в повечето случаи те са отрицателни.

Още през 2008 г. пазарът на електричество регистрира изолирани случаи на отрицателни цени. Те не са правило, но нулевите цени на този ресурс, в определени моменти, вече са практика дори в България. Обяснението за това са особеностите на стока, която не може да се складира, както и непрекъсваемостта на производствения процес. Обясненията за отрицателните цени на петролните фючърси през април 2020 г. са извън индустрията, но стойностите са факт. От гледна точка на финансите, проблемът е сериозен и многоаспектен и това се отнася и до отрицателните лихви.

Отрицателните лихви разрушават модела на образуване на цената на капитала за индустриалните и другите компании от реалния сектор, сриват механизма „риск / възвръщаемост“ и понижават дохода от инвестиционните портфейли. Последните не са само финансов проблем, защото се отнасят дори до пенсионните фондове. Отрицателните цени не позволяват прогнозиране и моделиране на паричните потоци на бизнеса, както и изкривяват оценките за стойността на активите и фирмите. От финансов проблем това препятствие естествено става проблем на финансирането на компаниите.

Дефинирането на проблема и на първоначално видимите ефекти е цел на доклада, а разкриването на причините за явлението и дългосрочните последствия естествено остават предмет на по-широко изследване.

## 1. Пазарни факти

Covid рестрикциите поставят световната икономика в състояние на шок, несравним дори с Голямата депресия. През 30те години на XX век, както и при кризата от 2008 г., са необходими години, за да се отчете срив от 10% и ръст на безработицата над 10%. През март 2020 г. това се случва за три седмици, а кризата е дълбока и при търсенето, и при предлагането. Секторът на услугите се повлиява драматично - до този момент сред имунизираните при кризи и с дял 70% от БВП в развитите страни, тогава той спира напълно. Повече от 80% от заетите в САЩ остават по домовете си (Schwab и Malleret (2020)).

Таблица 1

### Промени в приходите на най-големите в хотелиерството, круизния туризъм и при самолетните полети

Компания	приходи, хил. USD		
	2019	2020	TTM, април 2022
Hilton	9 452 000	4 307 000	5 788 000
Carnival	20 825 000	5 594 000	3 505 000
Delta Air Lines	47 007 000	17 095 000	29 899 000

Източник: <https://finance.yahoo.com/>

Таблица 2

### Приходи на Big 5

приходи, хил. USD		
2019	2020	TTM, април 2022
899 093 000	1 072 086 000	1 408 614 000

Източник: <https://finance.yahoo.com/>

## Приходи на Big Pharma

Приходи, млн. долари	2019	2020	TTM, April 2022
Общо Big Pharma	443 273	450 112	519 169
Приходи на производителите на ваксини сред Big Pharma	171 440	161 861	214 238

Източник: <https://finance.yahoo.com/quote>

Кризата не удря еднакво всички индустрии. Бизнесите с електронни устройства и софтуер, както и онлайн търговците, регистрират едни от най-добрите си години (таблица 2). Същото се случва и с производителите на лекарства (таблица 3). Хотелиерството, пътуванията и круизната индустрия са най-сериозно засегнати (таблица 1). Данните са за най-големите в бизнеса, малките фирми нямат капацитета да посрещнат подобни пазарни условия и много от тях прекратяват дейност.

Отрицателните цени на петрола, регистрирани на 20 април 2020 г., потвърждават сериозността и дълбочината на кризата. Тогава цените на месечните петролни фючърси постигат за пръв път в историческото развитие на световната икономика отрицателна стойност – минус повече от 37 долара. Статистиката преди това показва стойности от 50 до 70 долара до началото на 2020 г., срив на 20 април 2020 г., цени под 50 долара до януари 2021 г. (Crude Oil WTI (USD/Bbl)) (<https://tradingeconomics.com/commodity/crude-oil>).

Факторите за отрицателния рекорд са няколко - месеци преди Covid затварянето Русия и Саудитска Арабия започват петролна „война“, търсенето на петрол се срива поради замразената икономическа активност в резултат на правителствените реакции на обявената пандемия. Светът на физическите доставки е фактор и това отличава пазарите на книжа от пазарите на суровини и стоки. Спекулантите търпят не само загуби от промяна в цените, но и поради транспортните и складовите разходи и възможности, което е причина този сегмент на търсенето да пресъхне. Предлагането също е ударено - доставчиците работят според технологичните опции на бизнеса си – производството в определени сектори не може да спре (петрол и газ), в други (храни и суровини за хранителната промишленост) срокът на годност и условията за съхранение са фактор за незабавна продажба. Появяват се тотално различни цени на една и съща суровина на различните пазари поради възможностите за съхранение в съдовете за доставка. Арбитражната теория за ценообразуването придобива нов аспект, а тънкостите на договорите за международна търговия и транспорт получават завидно място на финансовите пазари. Новините за ниските цени не са положително приети и не са от полза – евтините горива не са фактор в блокирания поради затварянията транспорт. Понижените цени на другите суровини също са без значение – повечето бизнеси не работят. Натрупаните загуби за доставчиците се калкулират и през пролетта на 2022 г. стават ценообразуващ фактор за всички суровини, оттам и се пренасят на пазарите на потребителски и индустриални стоки.

За част от индустриалните фирми отрицателните цени не са новост, те са факт на борсовите пазари на електричество и преди това. Поради либерализацията на тези пазари то от години се търгува борсово и процесът много прилича на този при други суровини, в същото време са налице различия. Като стока електричеството има важна особеност – то, веднъж произведено, не може да се складира и поради това цените понякога са отрицателни. На ЕРЕХ пазара Fanone, Gamba и Prokorszuk (2011) регистрират няколко случая на отрицателни цени, в интервала -149.94 е/MWh до -34.05 е/MWh още през 2008 г. Обяснението е в нарасналата продукция от възобновяеми източници по принцип и в

конкретни случаи поради намалено търсене или поради проблем с преноса. Това е валидно и за нулевите цени на електричеството в определени моменти и в България.

## 2. Опити за справянето с кризите

Кризите от края на 2008 г. и от началото на 2020 г. получават еднакво монетарно решение. Експанзионистичната политика на най-влиятелните централни банки е факт, тя включва количествени улеснения и нулеви, дори отрицателни лихви. Силно усложняващо обстоятелство е фактът, че такава политика те прилагат още от края на 2008 г. и през март 2020 г. все още не са успели да нормализират нивата на лихви и парично предлагане поради финансовата криза 12 години преди това. Едно от последствията са правителствени дългове с отрицателни лихви. През 2019 г. номиналната стойност на държавните облигации с отрицателен доход достига 13 трилиона долара и се повишава впоследствие до 14 трилиона (<https://corporatefinanceinstitute.com/resource/fixed-income/negative-yielding-bonds/>). Този дълг се купува от инвеститори, в повечето случаи институционални, които опитват да съхранят по-голямата част от капитала си, да изпълнят регулационно изискване за капиталова алокация или договорно изискване за обезпечение на дълг, или да пробват да постигнат някаква възвръщаемост чрез рисков валутен арбитраж, при промяна на валутните курсове в положителна за тях посока. Твърде често инвестирането при отрицателна доходност е симптом на мащабна несигурност в определени юрисдикции или пазарни сектори и предполага изключително лоши прогнози, при които загубата на няколко процентни пункта от портфейлите изглежда като благоприятен изход.

Влиянието на отрицателните лихви върху финансовия сектор все още се изследва и е спорно. Що се отнася до ефектите върху реалния сектор, няколко важни елемента отдавна са налице. На първо място е цената на капитала. Капиталът е ресурс, един от само няколко, незаменими в индустрията, услугите и аграрната икономика. Всеки ресурс има цена и при капитала това са лихвите по дълга, нетирани с данъчния ефект, ако капиталът е заеман и изискуемата възвръщаемост от акционерите, ако капиталът е собствен. Безрисковата доходност е важна част от формирането на цените на капитала, тя е стъпалото, което рисковите инвестиции трябва задължително да прескочат и да реализират още по-висока възвръщаемост, поради поетия от инвеститорите риск. Когато безрисковата доходност е нула, цената на капитала спада, но рискът не се променя. Когато безрисковите алтернативи за инвестиции отсъстват, фондовете на разположение трябва да бъдат инвестирани рисково. Предлагането на капитал нараства, сработва механизмът на търсенето и предлагането и цената спада. Рискът на инвестициите, обаче не намалява. Напротив, в условията на несигурност изобщо, рецесия при кризата от края на 2008 г. и затворени бизнеси и хора при Covid политиките, рискът сериозно нараства. Цената на капитала, при отрицателна безрискова доходност, се променя в обратна посока. Разрушава се парадигмата „риск / възвръщаемост“ и собствениците на капитал и на производствени ресурси се оказват на две различни планети.

## 3. Нови проблеми

Държавните реакции на двете кризи задължително включват осигуряване на пари, правителствата планират толкова средства, колкото са необходими, за да доставят спешно фондове към банките в първия случай и към домакинствата и фирмите във втория. Бюджетите естествено се влошават. След връщането на икономиките към нормалния ритъм числата трябва да бъдат анализирани, но това е проблем на финансовия

сектор. Индустрията остава с други проблеми и сред тях са цената на капитала, стойността на компаниите и достъпа до капитал.

Отрицателните цени на петрола са negliжирани от научната общност, вероятно поради краткото време, в което те съществуват. Отрицателните цени на електричеството имат своето обяснение в моментните сризове на търсенето и това се приема за нормално, поне към момента. Отрицателните лихви, обаче, са факт за години и поставят нови правила в класическата игра на бизнеса, риска и печалбите. Отрицателните лихви декапитализират и деморализират държавите като големи заематели и обикновените фирми и граждани като кредитополучатели. Достъпността на кредита увеличава достъпа до блага, които в нормални времена не бихме определили като важни и това се отнася и до фирмите, и до хората.

Heider, Saidi и Schepens (2020) доказват спорно последствие от експанзионистичната политика. Те отбелязват, че отрицателните лихви не могат да бъдат прехвърлени от банките към дребните депозити, а това влошава нетния лихвен доход. Наблюдава се ребалансиране на банковите портфейли чрез насочване на повече кредит към по-рискови и по-малки фирми. Фирмите със затруднения получават по-лесно пари, но фирмите изобщо получават по-малко кредит. Допълнително наблюдаван ефект е намалението на разходите за труд от страна на засегнатите фирми.

Berentsen, van Buggenum и Ruprecht (2020) също отбелязват ефекта на трансмисията на отрицателните лихви към лихвите по депозитите. При неточно предаване банките, които по принцип финансират малки проекти, инвестират твърде много. Банките, които обичайно финансират големи проекти, финансират по-малко проекти или в по-ниска степен, поради ограничения в обезпеченията. В допълнение отрицателните лихви намаляват реалната стойност на местната валута, а това винаги е проблем на местните фирми.

Обобщението на Berentsen, van Buggenum и Ruprecht (2020) е, че отрицателните лихви разрушават логиката на инвестиционните решения, намаляват благосъстоянието и понижават рентабилността на банките. Скъсването на връзката между риск и възвращаемост поставя проблеми за цената на капитала, а именно финансирането на проектите на бизнеса е мостът между индустрията и финансите.

Отрицателните цени усложняват допълнително финансирането на проектите. Според Fanone, Gamba и Prokorszuk (2011) основният проблем е управлението на риска. Вероятно по-важно от това е оценяването на активите и бизнеса поради невъзможност за прогнозиране на паричните потоци. Една компания струва толкова, колкото е настоящата стойност на паричните потоци, които тя ще генерира, а в основата им са продажбите. Фундаменталната стойност на акциите на фирмите е в пряка зависимост от бъдещите парични потоци и именно това мотивира инвеститорите да финансират рисковите проекти на индустриалния бизнес. При цена на капитала без връзка с реалния риск и невъзможност за оценка на паричните потоци достъпът до капитал неизменно намалява.

### **Заклучение**

Отрицателните цени и отрицателните лихви са проблем не само за финансовата сфера. Фирмите от индустрията, търговията и услугите ползват капитал и управляват ресурси, включително чрез инвестиции във финансови инструменти. Загубата на капитал, особено за дълъг период от време, е фактор със силно отрицателно влияние. Свиването на достъпа до капитал има същия ефект. Отрицателните цени постигат същия резултат – декапитализират и отново създават проблеми при финансирането на компаниите.

### **Използвана литература**

1. Berentsen, A., Buggenum, H., & Ruprecht, R. (2020). On the Negatives of Negative Interest Rates and the Positives of Exemption Thresholds. Available at: <https://deliverypdf.ssrn.com> (Accessed: June, 2023).
2. Corporate Finance Institute (2023). Available at: <https://corporatefinanceinstitute.com/resource/fixed-income/negative-yielding-bonds/> (Accessed: June, 2023).
3. Fanone, E., Gamba, A. & Prokopczuk. (2011). The case of negative day-ahead electricity prices. Available at: <https://deliverypdf.ssrn.com> (Accessed: June 2023)
4. Heider, F., Saidi, F., & Schepens, G. (2020). Banks and Negative Interest Rates. Available at: <https://deliverypdf.ssrn.com> (Accessed: June, 2023).
5. Schwab, K. and Malleret, T. (2020). *COVID-19: The Great Reset*. Forum Publishing. 2020 World Economic Forum.
6. Tradingeconomics (2023). Available at: <https://tradingeconomics.com/commodity/crude-oil> (Accessed: June, 2023).

### **Информация за контакт с автора:**

гл. ас. д-р Красимира Найденова

Икономически университет – Варна, катедра „Финанси“

Тел: 0882 164 503

E-mail: [krassy\\_naydenova@ue-varna.bg](mailto:krassy_naydenova@ue-varna.bg)



# РАМКИ ЗА ОТЧИТАНЕ НА КОРПОРАТИВНАТА УСТОЙЧИВОСТ

ас. Светлин Минеv  
Икономически университет – Варна

## CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING FRAMEWORKS

Assist. Prof. Svetlin Minev  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Все по-голямо внимание се отделя на корпоративната устойчивост, която се постига чрез фокусиране на компаниите и върху социалните и екологичните аспекти на дейността. Компаниите трябва да съставят и отчетат стратегии за устойчиво развитие. Директива на ЕС задължава големите и публичните компании да публикуват отчети за социалните и екологичните рискове и за влиянието на дейностите си върху хората и околната среда. Към момента няма единна рамка за съдържанието на отчетите. Цел на доклада е да се представят съществуващите рамки за отчитане на дейностите за корпоративна устойчивост. Разгледани са стандарти за идентифициране на екологични и социални рискове. Установява се, че липсата на единна методика усложнява процеса на отчитане на компаниите. Препоръчваме създаване на единна рамка за отчитане и интегриране в отчетите на компаниите.

**Ключови думи:** корпоративна социална отговорност, устойчиво развитие, ESG, директива за отчитане на корпоративната устойчивост CSRD

**JEL Класификация:** Q01

### Abstract

Corporate sustainability, which is achieved by focusing on the social and environmental aspects of the activity, draws more attention recently. Companies must design and report on sustainable development strategies. CSRD requires large and public companies to publish reports on social and environmental risks and on the impact of activities on people and the environment. Currently, there is no uniform framework for the content of the reports. The purpose of the report is to compare frameworks for reporting corporate sustainability activities. Standards for identifying environmental and social risks are presented and compared. It is established that the lack of a uniform methodology complicates the reporting process of companies. We recommend creating a unified reporting framework and integrating it into company reports.

**Keywords:** corporate social responsibility, sustainable development, ESG, CSRD corporate sustainability reporting directive

**JEL Classification:** Q01

### Въведение

За първи път терминът ESG (Environmental, Social, Governance – околна среда, социална отговорност, управление) се появява в доклад на ООН от 2004 г. (United Nations, 2004). Идеята е, че за да имат устойчиво развитие компаниите, както и всички свързани с тях заинтересовани страни, трябва да се обръща внимание не само на финансовата печалба. Във фокуса на техните дейности трябва да бъдат и опазването на околната среда, правата на служителите, акционерите, местните общности и т.н.

През последните години интересът към ESG стратегиите расте, като според данни на US SIF Foundation, инвеститорите са притежавали \$17.1 трлн. в активи инвестирани в ESG компании през 2020, което е повишение спрямо \$12 трлн. две години по-рано (SIF Foundation, 2022). За да могат да направят по-адекватен избор, инвеститорите се нуждаят и от съответна информация за компанията. По сега действащите стандарти за отчитане обаче, компаниите не са задължени да предоставят подробности относно своите цели в областта на устойчивото развитие, рисковете през които са изправени, ефектът върху околната среда и т.н.

Според изследване на Ernst & Young Global Limited, 99% от инвеститорите използват информация свързана с ESG при вземане на инвестиционни решения, като 73% от тях считат, че компаниите не успяват да я публикуват заедно с финансовата информация от отчетите. От друга страна 53% от компаниите твърдят, че има натиск от страна на инвеститорите за постигане на добри краткосрочни финансови резултати, което влияе негативно върху дългосрочни стратегии за постигане на устойчивост (Ernst&Young, 2022). За да може да се запълни тази липса на информация няколко организации и регулатори започнаха да изработват рамки за отчитане на ESG рисковете и дейностите на компаниите.

Ключовият компонент на политиката на ЕС в областта на устойчивото развитие е Директивата за отчитане на корпоративната устойчивост – ДОКУ (Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD), която беше приета от Съвета на ЕС и Европейския парламент и публикувана в Официалния вестник на ЕС на 16 декември 2022 г. (Европейски Съюз, 2022). Директивата влезе в сила на 5 януари 2023 година и според нейните изисквания компаниите трябва да отчетат своите дейности в областта на устойчивото развитие. В обхвата на Директивата за отчитане на корпоративната устойчивост влизат всички публични компании, големите компании,<sup>1</sup> както и чуждестранните компании със значителна дейност в ЕС.<sup>2</sup>

Съгласно ДОКУ компаниите трябва да отчетат своите дейности съгласно принципа на „двойната същественост“; т.е. трябва да имат предвид не само влиянието на външните екологични фактори върху тях, но и ефекта на своята дейност върху околната среда. За да се гарантира качеството на оповестената информация, както и да се повиши доверието в нея, тя трябва да бъде проверена от трета страна.

Към момента регулациите съгласно ДОКУ влизат в сила от 1-ви януари 2024 г. за компаниите, които и досега са задължени съгласно Директивата за отчитане на нефинансова информация (Европейски Съюз, 2014),<sup>3</sup> както и на още 500 публични компании. От 01.01.2025 г. трябва да се отчетат и големите компании, а от 01.01.2026 г. и малките и средните компании.

Цел на настоящия доклад е да се представят съществуващите рамки за отчитане на дейностите за корпоративна устойчивост и да бъдат направени изводи относно тяхното прилагане.

### **Рамка за отчитане предложена от Международен съвет по стандарти за устойчивост (International Sustainability Standards Board ISSB)**

Международният съвет по стандарти и устойчивост (MCCY) е разработил своята рамка за отчитане на базата на два стандарта - IFRS<sup>4</sup> S1 и IFRS S2 (International Accounting Standards Board, 2023). Стандартът IFRS S1 определя общите изисквания за отчитане, докато IFRS S2 е фокусиран върху дейностите свързани с климата. Целта на

<sup>1</sup> Балансово число над 20 млн. евро, продажби над 40 млн. евро и персонал над 250 човека.

<sup>2</sup> Генериращи над 150 млн. евро приходи в ЕС.

<sup>3</sup> Големи компании и компании от обществен интерес (брокери, банки, застрахователни компании).

<sup>4</sup> IFRS – International Financial Reporting Standards (Международни стандарти за финансово отчитане – МСФО)

тези стандарти е да удовлетворят нуждите на капиталовите пазари от информация свързана с дейностите на компаниите в областта на устойчивото развитие.

Стандартите за отчитане на МССУ са базирани на четирите стълба на Работната група за финансови оповестявания, свързани с климата - управление, стратегия, управление на риска и показатели и цели (Task Force on Climate Related Financial Disclosures, 2017).

IFRS S1 определя съществената информация, като такава, която ако бъде „пропускана, погрешно посочена или прикривана, може да се очаква да повлияе на решенията, които основните потребители вземат въз основа на това отчитане“. Според IFRS S1, компаниите трябва да оповестяват информация относно своите:

- Управление – информация относно процесите на управление в компанията, както и контролните процедури за наблюдение, управление и надзор на рисковете и възможностите свързани с устойчивото развитие;
- Стратегия – информация относно стратегията на компанията за управление на рисковете и възможностите свързани с устойчивото развитие;
- Управление на риска – информация относно процесите на идентифициране, оценяване, приоритизиране и наблюдение на рисковете и възможностите свързани с устойчивото развитие;
- Измерители и цели – информация относно представянето на компанията във връзка с рисковете и възможностите свързани с устойчивото развитие, вкл. напредъка в постигане на поставените цели.

IFRS S2 изисква компаниите да оповестяват информация за рисковете и възможностите свързани с климата, които се очаква да имат въздействие върху тяхната дейност и финансиране. Компаниите са изложени както на съществуващи климатични рискове, така и на такива, които възникват в процеса на преход към устойчива икономика. Съгласно IFRS S2, компаниите трябва да отчетат рисковете и възможностите в следните области:

- Управление – процеси, процедури и системи за контрол, които се прилагат за наблюдение, идентифициране и управление на климатичните рискове и възможности;
- Стратегия за управление на климатичните рискове и възможности;
- Управление на риска – процедури и дейности за идентифициране, оценка, приоритизиране и наблюдение на климатичните рискове и възможности и как те са интегрирани в цялостната система за управление на риска;
- Измерители и цели – резултатите от дейността на компанията в областта на климатичните рискове и възможности, включително степента на постигане на поставените цели.

#### **Глобална инициатива за отчитане – ГИО (Global Reporting Initiative - GRI)**

Глобалната инициатива за отчитане е независима организация, която подпомага компаниите, правителствата и други организации да оповестяват своето въздействие върху глобални въпроси като изменението на климата, човешките права, корупцията и др. под. Системата на ГИО за отчитане (Global Reporting Initiative, 2022) е структурирана в три групи:

- Универсални стандарти – прилагат се за отчитане по всички стандарти на ГИО;
- Секторни стандарти – прилагат се за отчитане в зависимост от сектора на дейност;
- Тематични стандарти – прилагат се според това, какви съществени теми се отчитат.

Универсалните стандарти са ГИО1 „основни принципи“ (GRI 1), ГИО2 „обща оповестявания“ (GRI 2) и ГИО3 „съществени теми“ (GRI 3). ГИО1 представя целите и

организацията на стандартите, определя изискванията и принципите на отчитането. ГИО2 определя каква информация трябва да се представи при отчитането на дейностите, управлението и политиките за устойчиво развитие. ГИО3 предоставя подробна процедура за определяне на съществените теми. Тук се уточнява и информацията, които компаниите трябва да предоставят за отчитане на процесите за определяне на съществените теми и тяхното управление.

ГИО предлага 30 индикатора за определяне на представянето на компаниите в екологичната, социалната и управленската област, които са групирани както следва: суровини и материали; енергия; водни ресурси; биоразнообразие; емисии и отпадъци; продукти и услуги; законово съответствие; транспорт; обобщени показатели.

Процесът по отчитането се прави със следните стъпки:

- Подготовка – определят се заинтересованите страни, както и техните очаквания и изисквания;
- Оценка на съществеността – идентифицират се най-важните теми, свързани с устойчивото развитие, както и важността им за заинтересованите страни;
- Събиране на данни – подготвя се необходимата информация, свързана с определените съществени теми;
- Подготвяне на отчет за устойчивите дейности;
- Преглед и валидиране на отчета;
- Публикуване на отчета – това може да се направи по различни начини, като целта е да се достигне до максимален брой заинтересовани страни;
- Контрол и актуализация – компаниите трябва да следят процеса на постигане на целите и да правят съответните корекции за подобряване на своето представяне.

Стандартите на ГИО са съобразени със спецификите на отделните сектори. Същевременно се предлага и стандартизиран набор от информация за отчитане за всички компании. Ползването на рамката на ГИО дава възможност на компаниите да отговорят на очакванията на заинтересованите страни и да бъдат подготвени за новите законови изисквания.

#### **Рамка за отчитане на Работната група за финансови оповестявания, свързани с климата – РГФОСК (Task Force on Climate-related Financial Disclosures - TCFD)**

РГФОСК създаде рамка с препоръки за организации и компании от различни сектори и юрисдикции, която да им помогне при оповестяване на финансова информация, свързана с климата (Task Force on Climate Related Financial Disclosures, 2017). Тази рамка включва 11 препоръчителни теми за отчитане, които са разделени в четири основни групи: управление, стратегия, управление на риска и измерители и цели. Тези четири групи се използват и в някои от другите рамки за отчитане на устойчивост. Целта на РГФОСК е да бъдат стандартизирани отчетите за това, как компаниите оценяват и управляват рисковете свързани с климата, като по този начин се постигне по-голяма прозрачност. Така инвеститорите ще могат да оценят по-адекватно представянето на отделните компании и да влягат по-ефективно своите средства. РГФОСК препоръчва отчитането на дейностите свързани с климата да бъде правено заедно с регулярното годишно отчитане на резултатите на компаниите, тъй като те са свързани.

РГФОСК разработи и насоки за прилагане на рамката за отчитане по сектори – финанси, енергетика, транспорт, материали и строителство, селско стопанство и хранителна индустрия. По този начин няма да се публикува информация, която не е релевантна за съответния сектор, а в същото време ще се акцентира на съществените рискове и възможности. За да се дефинират по-добре рисковете и възможностите свързани с климата, РГФОСК разработи и таксономия, в която се определят основни термини и показатели.

По този начин компаниите, които изготвят отчетите, и инвеститорите, които ги ползват, ще „говорят на един език“.

Климатичните рискове са разделени в две категории. В първата група са рисковете свързани с прехода към икономика с по-ниски въглеродни емисии. Те от своя страна са разделени на четири подгрупи – политико-правни, технологични, пазарни и репутационни. Втората група рискове са физическите – това са директните ефекти предизвикани от промяната на климата, като урагани, наводнения, промяна на нивото на океаните и др.

Четири основни стълба на отчетността помагат на заинтересованите страни да разберат по-добре рисковете и възможностите, свързани с климата, които стоят пред компаниите. Тези четири основни стълба са както следва:

*Управление* – в този раздел се публикува информация за ролята на борда на компанията за надзора и контрола на свързаните с климата рискове и възможности, както и участието на мениджмънта при оценката и управлението им. По-конкретно се установява как бордът третира тези теми и ги свързва с целите, стратегиите, плановете и бюджетите на компанията. Освен това се определя и колко често и как се предава съответната информация на борда.

*Стратегия* – в този раздел се публикува информация за потенциалните ефекти, които рисковете и възможностите свързани с климата се очаква да окажат върху стратегията, дейността и финансите на компанията в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен план. РГФОСК препоръчват да се даде информация и за реалното въздействие на тези фактори върху компанията. Освен това трябва да се определи и доколко компанията има устойчива стратегия по отношение на различни сценарии свързани с климата. В този раздел компаниите трябва да изследват потенциалното влияние на факторите свързани с климата в следните направления: (i) Продукти и услуги; (ii) Вериги за доставки и/или вериги за стойност, (iii) Дейности за адаптиране към и смекчаване на рисковите фактори, (iv) Инвестиции в научноизследователска и развойна дейност, (v) Операции (включително видове операции и местоположение на съоръженията), (vi) Придобивания или продажби на активи, (vii) Достъп до капитал

*Управление на риска* - в този раздел се публикува информация за това как компаниите идентифицират, оценяват и управляват свързаните с климата рискове. Тук се описват подробно процедурите за определяне на основните рискове и техниките за тяхното оценяване. Представят се и основните принципи и политики за управление на тези рискове. Обяснява се как процесите по идентифициране, оценка и управление на рисковете свързани с климата са интегрирани в цялостната политика за управление на риска.

*Измерители и цели* – в този раздел се публикуват измерителите и целите, които компаниите ползват за оценка и управление на съответните климатични рискове и възможности. Първо се уточняват основните измерители, които се ползват при оценката и отчитането на рисковете и възможностите. Установяват се показателите за оценка на емисиите. Определят се целите, които се поставят пред управлението на рисковете и възможностите свързани с климата, както и оценката на изпълнението им.

РГФОСК определя пет основни категории от възможности свързани с климатичните рискове: (i) ефективно използване на ресурсите, (ii) използване на енергийни източници с ниски емисии, (iii) разработване на нови продукти и услуги, (iv) достъп до нови пазари и (v) повишаване на устойчивостта на веригата за доставки.

Чрез своята рамка за отчитане РГФОСК цели да се определят по-точно рисковете и възможностите свързани с климата, както и тяхното влияние върху всички заинтересовани страни. По този начин компаниите ще могат да намалят негативните ефекти чрез активно управление на рисковете и използване на възможностите за това.

## **Европейски Стандарти за Отчитане на Устойчивост на EFRAG (EFRAG's European Sustainability Reporting Standards ESOY)**

За да се стандартизира отчитането по изискванията на ДОКУ се разработват Европейски стандарти за отчитане на устойчивост (ЕСОУ) от страна на Европейската консултативна група за финансово отчитане (European Financial Reporting Advisory Group, 2021). Целта им е да се хармонизират правилата и формите за отчитане, като по този начин ще бъдат улеснени компаниите, инвеститорите и анализаторите. Отчитането ще се извършва на базата на единен дигитален език XBRL (eXtensible Business Reporting Language).

ЕСОУ предоставят единна рамка, покриваща основните компоненти на финансовите отчети – баланс, отчет за прихода и разхода, отчет за паричните потоци. Отчитащите се компании трябва да валидират качеството на данните, като насоки за това ще бъдат предоставени от Европейския регулатор на пазарите на ценни книжа.<sup>5</sup> Контрол върху изпълнението на стандартите за отчитане ще се упражнява от Европейския и националните регулатори.

Рамката разработена от EFRAG съдържа следните три основни категории:

- Опазване на околната среда – в тази категория влизат основно показатели относно емисиите на парникови газове, енергийната ефективност, управление и рециклиране на отпадъците, запазване на биоразнообразието, ефективното използване на водните източници, както и общия ефект от дейността на компаниите върху околната среда;

- Социална отговорност – в тази категория се отчитат показатели свързани със здравето и сигурността на работещите, практики в областта на разнообразието и включването, обучение и развитие на персонала, условия на работа, защита на човешките права, ангажиране на общността, филантропия, отговорности в рамките на веригите за доставки;

- Управление – в тази категория се отчитат състава на борда на директорите, правата на акционерите, заплащане на мениджмънта, дейности за борба с корупцията, етични практики, управление на риска, система за вътрешен контрол, отговорност и качество на продукта.

Освен тези три основни категории, рамката на EFRAG включва и четвърта, уточняваща общите принципи, които трябва да се спазват при генериране и оповестяване на данни по останалите три. Към нея спадат Европейските стандарти за отчитане на устойчивост 1 и 2 (European Sustainability Reporting Standards – ESOY 1 и ESOY2). В ESOY 1 са изложени общите изисквания към отчитането за постигане на устойчивост от компаниите. Определени са основните задължителни принципи за изготвяне и публикуване на отчетите за устойчивост съгласно ДОКУ. Определени и начините за събиране и представяне на информацията. В ESOY 1 е определено и задължението отделните стандарти да отговарят на изискването за оценка на съществеността. Тази оценка е базирана на принципа на двойната същественост. ESOY 2 определя основните характеристики и информацията, които трябва да се отчетат. Определят се структурата и съдържанието на стандартите, в следните сфери: (i) Управление, (ii) Стратегия, (iii) Управление на въздействия, рискове и възможности, (iv) Показатели и цели.

## **Рамка предложена от Комисията за ценните книжа и борсите на САЩ (The US Securities and Exchange Commission)**

Разработената от Комисията за ценните книжа и борсите на САЩ рамка предвижда отчитане на информацията относно:

- Рискове свързани с климата и тяхното съществено въздействие върху бизнеса на компанията,

<sup>5</sup> <https://www.esma.europa.eu/>

- Стратегия и перспектива;
- Управление на рисковете, свързани с климата и съответните процедури за управление на риска;
- Данни за емисиите на парникови газове на компанията;
- Определени свързани с климата финансови показатели;
- Цели свързани с климатичните промени и план за преход.

До голяма степен тези изисквания се покриват с принципите и обхвата на другите рамки за отчитане.

### **Сравнение между рамките за отчитане на корпоративна устойчивост**

На база на направения преглед и сравнение на рамките за отчитане на дейностите на компаниите в областта на устойчивото развитие и корпоративната социална отговорност, може да се направят следните изводи:

- Налице са много различия между най-популярните рамки и методики за отчитане. Това много би затруднило компаниите, тъй като през последните години изискванията за предоставяне на информация и изпълняване на законови задължения се увеличи драстично;

- Липсва и единна терминология, въпреки че се работи в тази посока с разработването на таксономиите.

На база на направените изводи, може да направим някои препоръки за улесняване на компаниите в дейността им по отчитане на дейностите за устойчиво развитие и корпоративна социална отговорност, което пък ще доведе и да по-високо качество и надеждност на предоставената информация:

- Синхронизиране на изискванията и компонентите на рамките за отчитане оповестяване на информацията. Тъй като финансовите пазари и индустрията се глобализираха през последните години, изработването на единна рамка ще улесни всички заинтересовани страни;

- Оптимизиране на обема и съдържанието на изискваната информация. Това ще намали бюрократичната тежест и ще повиши качеството на отчитаната информация;

- Интегриране на отчитането на ESG дейностите с годишното финансово отчитане;

- Автоматизиране на процесите на отчитане на ESG дейностите чрез тяхното дигитализиране – използване XBRL формат;

- Регулярно оценяване на реалния ефект от отчитане на ESG дейностите и актуализиране на законовата рамка.

### **Заклучение**

Положителните страни на прилагането на принципите за опазване на околната среда, повишаване на социалната отговорност на компаниите и подобряване на техните управленски практики в ползва на всички заинтересовани страни са безспорни. В момента обаче съществуват няколко рамки за отчитане на дейностите в тази насока, а в един глобализиран свят това може да подкопае доверието в добрата идея. Компаниите вече имат достатъчно бюрократична тежест и допълнителни регулации само ще увеличат обема на несвойствените за тях дейности. Това се отнася особено за мултинационалните компании, които трябва да отговарят на изискванията на няколко юрисдикции. За да се получи реален ефект от ESG дейностите, както и да се осигури качествена информация за инвеститорите, които искат да финансират тази сфера, трябва да се върви към унифициране на терминологията и конвергенция на рамките за отчитане.

## Използвана литература

1. Европейски Съюз (2014), ДИРЕКТИВА 2014/95/ЕС НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 22 октомври 2014 година, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/>, [Последно достъпен на 01.09.2022]
2. Европейски Съюз (2022), Директива (ЕС) 2022/2464 на Европейския Парламент и на Съвета на ЕС от 14.12.2022, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/>, [Последно достъпен на 01.09.2022]
3. Earnst&Young (2022), How can corporate reporting bridge the ESG trust gap?, EY Global Corporate Reporting and Institutional Investor Survey, [https://www.ey.com/en\\_gl/assurance/how-can-corporate-reporting-bridge-the-esg-trust-gap](https://www.ey.com/en_gl/assurance/how-can-corporate-reporting-bridge-the-esg-trust-gap), [Accessed: 09/09/2023]
4. European Financial Reporting Advisory Group (2021), Conceptual framework for non-financial information standard setting, European Financial Reporting Advisory Group, February 2021, <https://www.efrag.org/>, [Accessed: 05/09/2023]
5. Global Reporting Initiative (2022), Consolidated Set of the GRI Standards, <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-english-language/>, [Accessed: 03/09/2023]
6. International Accounting Standards Board (2023), Feedback Statement IFRS® Sustainability Disclosure Standards, <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/>, [Accessed: 02/09/2023]
7. SIF Foundation (2022), SIF Foundation Report on us sustainable investing trends, <https://www.ussif.org/Files/Trends/2022/>, [Accessed: 12/09/2023]
8. Task Force on Climate Related Financial Disclosures (2017), Recommendations of the Task Force on Climate Related Financial Disclosures, <https://www.fsb-tcf.d.org/recommendations/>, [Accessed: 03/09/2023]
9. U.S. Securities And Exchange Commission (2022), Enhancement and Standardization of Climate-Related Disclosures, <https://www.sec.gov/rules/2022/03>, [Accessed: 15/0/2023]
10. United Nations (2004), Who Cares Wins, <https://www.unepfi.org/fileadmin/events/2004/stocks/>, [Accessed: 10/09/2023]

### Информация за контакт с автора:

*ас. Светлин Минев*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустиален бизнес и логистика“*

*E-mail: svetlin.minev@ue-varna.bg*



## ДОБРИ ПРАКТИКИ В ОБЛАСТТА НА ГРАДСКАТА ЛОГИСТИКА

гл. ас. д-р Влади Куришумов  
Икономически университет – Варна

### GOOD PRACTICES IN THE FIELD OF CITY LOGISTICS

Chief Assist. Prof. Vladi Kurshumov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

#### Резюме

Концепцията за градска логистика намира все по-голямо приложение и придобива все по-голямо значение сред населените места, позволявайки оптимизация на товарния градски транспорт с цел намаляване на негативното влияние върху околната среда и подобрявайки качеството на живот на населението. Все повече градове успяват да разработят и приложат ефективни мерки за оптимизиране на градските логистични процеси. Целта на научния доклад е да се направи обзор на част от добрите практики в областта, прилагани от различни европейски градове, както и да се оценят намеренията на българските общини за тяхното интегриране. Резултатите от проведеното изследване показват висока степен на ангажираност с концепцията от европейските градове и все още изключително слаб интерес по темата от българските градски центрове.

**Ключови думи:** градска логистика, товарен транспорт, качество на живот  
**JEL Класификация:** O18, Q56; R41

#### Abstract

The city logistics concept is increasingly applied and gaining importance among populated areas, allowing the optimization of urban freight transport with the aim of reducing the negative impact on the environment and improving the quality of life of the population. More and more cities manage to develop and implement effective measures to optimize city logistics processes. The purpose of the scientific report is to provide an overview of some of the good practices in the field applied by various European cities, as well as to evaluate the intentions of the Bulgarian municipalities for their integration. The results of the conducted research show a high degree of engagement with the concept from European cities and still extremely low interest in the subject from Bulgarian urban centres.

**Keywords:** urban logistics, freight transport, quality of life  
**JEL Classification:** O18, Q56; R41

#### Въведение

Урбанизацията, прекомерното заселване на градовете и развитието на новите технологии поставят редица предизвикателства пред обществото. От една страна нараства потреблението на продукти и услуги с концентрация в по-големите населени места. От друга страна, иновационната активност на предприятията и на националните икономики поражда нови потребности на населението, като променят възприятията за качество на живот. В резултат на тези промени и въз основа на преобладаващия консуматорски характер на обществото, градовете се сблъскват със сериозни екологични проблеми, произтичащи най-вече от транспорта в населените места, в т.ч. и градския товарен транспорт. По темата се водят дискусии още от 70-те години на 20-ти век, а след 2000-та година се разработват редица стратегически документи, очертаващи необходимата рамка

за действие в дългосрочен аспект, в т.ч. „Зелена книга: към нова култура за градска мобилност“; „Бяла книга: Пътна карта за постигането на Единно европейско транспортно пространство – към конкурентоспособна транспортна система с ефективно използване на ресурсите“ и др.

През последното десетилетие все повече градове разработват и прилагат добри практики за оптимизиране на градските логистични процеси, ангажирайки в процесите множество заинтересовани страни и формиращи условия за постигане на екологична и социална устойчивост и в същото време – икономически просперитет. Целта на научния доклад е да се направи обзор на част от известните добрите практики в областта, прилагани от различни европейски градове, както и да се оценят намеренията на българските общини за тяхното интегриране или развитие на нови организационни модели по линия на действащите към момента планове за интегрирано развитие на общините. Обект на изследване са добрите практики в областта на градската логистика, а предмет на изследване е възможността за тяхното разпространение в България на база специфичните характеристики на средата. За постигане на заложената научна цел, са формулирани следните задачи за изпълнение: 1) Обзор на същността и съдържанието на някои стратегически документи в областта на градската логистика; 2) Идентифициране на водещи добри практики за оптимизиране на градските логистични процеси; 3) Обзор на намеренията за развитие на градската логистика в българските градове.

## **1. Основна стратегическа рамка за развитие на градската логистика**

Добрите практики, разработвани и прилагани в различни градове в Европа и по света имат много сходства, въпреки специфичните териториални особености на средата и различията в интересите на заинтересованите страни. Общите постановки са базирани на утвърдената стратегическа рамка, развивана и надградена през последните две десетилетия, очертаваща основните цели и принципи, които следва държавите да прилагат с цел постигане на оптимизация и ефективност. Някои от основополагащите нормативни документи със стратегическа насоченост са:

### ***Зелена книга: към нова култура за градска мобилност***

Документът (Комисия на европейските общности, 2007) е приет през 2007 г., но заложените в него направления на действие, подходи и принципни постановки са валидни и до днес. Зелената книга очертава общите предизвикателства пред градовете в сферата на градската мобилност, като в същото време отчита техните различия. Извеждат се редица направления за действие и мерки, засягащи: улесненото придвижване в градовете; преход към „по-зелени“ градове; преход към по-организиран и достъпен градски транспорт, както и засилване значението на безопасността на жителите като един от водещите фактори, гарантиращи добри условия на живот. Основният принцип, който зелената книга прокламира е стремеж към сътрудничество и координация между заинтересованите страни с оглед заедно справяне с проблемите.

### ***Бяла книга: Пътна карта за постигането на Единно европейско транспортно пространство – към конкурентоспособна транспортна система с ефективно използване на ресурсите***

Бялата книга (Европейска комисия, 2011) е стратегически документ, приет през 2011 г., допълващ и надграждащ утвърдените със Зелената книга принципи. В нея е разгърнатата концепцията за постигане конкурентоспособна и устойчива логистична транспортна система, като са формулирани конкретни инициативи, цели и стратегия за тяхното успешно реализиране. Концепцията насочва вниманието към премахване на зависимостта на транспорта от петрола, без това да засяга обществения икономически прогрес и без да възпрепятства мобилността. Освен преход към алтернативни превозни

средства и алтернативни горива, заложените в Балата книга цели и инициативи обхващат развитие на мултимодалните логистични вериги; въвеждането на информационни системи и пазарни стимули; намаляване на пътните инциденти и др. Конкретните намерения в областта на градската логистика са достигане на почти нулеви емисии до 2030 г. чрез по-добър контрол и управление на градските товаропотоци, насърчаване на сътрудничеството при обществените поръчки и др.

### ***Новата рамка на ЕС за градска мобилност***

Това е стратегически документ, приет през 2021 г. и разглеждащ проблемите на градската мобилност в контекста на урбанизацията (Европейска комисия, 2021). В основата са постановки, свързани с интегриране на градските логистични системи с трансевропейската транспортна мрежа (TEN-T); насърчаване на транспортната свързаност; подобряване на инфраструктурата, гарантираща възможност за използване на алтернативни превозни средства и горива; разгръщане на мултимодалния транспорт и цифровизацията; фокус върху безопасността и др. По-конкретните мерки, засягащи градската логистика отново са свързани с нулеви емисии при извършване на доставки; включване на концепцията за градска логистика при изготвяне на градските планове за развитие и др. Не на последно място, документът очертава и основните инструменти за финансиране на инициативи за градска мобилност, а именно програма „Хоризонт – Европа“; Механизма за възстановяване и устойчивост; програма „Цифрова Европа“; Европейски фонд за регионално развитие; Кохезионен фонд и др.

Разбира се, това са само малка част от действащите стратегически документи, имащи отношение към градската логистична система. Утвърдените **„Парижко споразумение за изменение на климата“**; **„Европейски зелен пакт“** и др. допълнително затвърждават необходимостта от екологизиране на товарните превози за повече икономически и социални ползи и по-малко негативно въздействие върху околната среда.

На национално ниво могат да бъдат открити **„Интегрирана транспортна стратегия в периода до 2030 г.“** (Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията, 2017) и **„Национален план за развитие на комбиниран транспорт до 2030 г.“** (Министерство на транспорта и съобщенията, 2022), като едни от актуалните стратегически документи. Те разглеждат въпроси и поставят на дневен ред мерки за изпълнение, свързани с интермодалния транспорт, развитие на транспортната инфраструктура, осигуряване на безопасност, свързаност, енергийна ефективност на транспорта и др. Като конкретна цел в областта на градската логистика е дефинирана необходимостта от изтегляне от употреба на транспортните средства с конвенционални горива до 2050 г. и постигане на свободна от въглероден диоксид градска логистика в големите градове до 2030 г.

В обобщение може да се достигне до извода, че европейските институции полагат все по-големи усилия за справяне с предизвикателствата и отдават все по-голямо значение на проблемите на градския товарен транспорт, като през годините се наблюдават следните тенденции: 1) преход от установяване на проблемите към формулиране на конкретни решения за действие; 2) поетапно разграничаване на градския пътнически транспорт от товарния и съотносимите проблемни области; 3) насърчаване използването на новите технологии и интегрирането им в планове за градска мобилност; 4) извеждане на сътрудничеството между заинтересованите страни като основополагащ принцип и др.

## **2. Добри практики за оптимизиране на градските логистични процеси**

Една от водещите програми, помагачи на Европейската комисия да постигне своите цели в областта на мобилността и транспорта е инициативата CIVITAS. Тя стартира още през 2002 г., като продължава да действа и до днес. В нейния обхват се включва

мрежа от градове, чиито действия са посветени на устойчивата градска логистика. Основаният стремеж е да насърчава политическия ангажимент и колективния опит, подготвяйки градовете да поставят мобилността в центъра на декарбонизацията (CIVITAS, 2023). Чрез програмата се подпомагат изследванията и иновациите в областта на градската мобилност, като се дава възможност на местните власти да разработят, тестват и въведат мерки за постигане на устойчивост чрез набор от проекти, концентрирани в десет тематични области, една от които е именно градска логистика.

Към настоящия момент само в областта на градската логистика в рамките на програмата CIVITAS са известни около 30 проекта, някои от които са:

**Проект „ULaaDS“.** Основната цел на проекта е да предложи нов подход към системните иновации в градската логистика, в т.ч. релокализация на логистичните дейности и преконфигуриране на товарните потоци. Проектът включва 24 партньорски общини /организации/ и се изпълнява в периода 2020 – 2023 г. Някои от добрите практики, част от проекта са имплементирани в градовете Мехелен, Бремен и Грьонинген мерки, сред които: 1) нови модели за сътрудничество в областта на доставките чрез използване на контейнери в градските части, интелигентни колетни шкафове и съвместни превозни средства за търговските обекти в централните райони; изграждане на мрежа от куриери с велосипеди; изграждане на платформа за интегрирано управление на градските логистични процеси; ефективно интегриране на пътнически и градски товарни услуги чрез улеснено прикачване на товари и др. (ULaaDS, 2022).

**Проект „URBANE“.** URBANE (Upscaling Innovative Green Urban Logistics Solutions Through Multi-Actor Collaboration and Physical Internet (PI) – Inspired Last Mile Deliveries) (URBANE, 2023) има за цел справяне с негативните тенденции, свързани с доставките в градски условия, като подкрепя прехода към ефективен, издръжлив, безопасен и устойчив транспорт. Целите на URBANE включват доставки с нулеви емисии и са изцяло адаптирани към компоненти на Европейската зелена цифрова коалиция и Европейския пакт за климата. В основата на проекта стоят т.нар. „живи лаборатории“, подпомагащи изследването на възможности за ефективни и социално приемливи иновативни решения за доставка. Изпълнява се в периода 2022-2026 г. и включва 39 проектни партньори, сред които градовете Хелзинки, Солун, Болоня, Барселона, Валядолид и др.. Част от добрите практики са внедряване на платформа за прехвърляне на иновации, включваща инструменти за дигитално побратимяване, отворени модели, интелигентни договори, управлявани от блокчейн технология, и управляван от данни радар за оценка на въздействието. Отдава се значение на изграждането на градски консолидационни центрове, минихъбове, използването на електрически товарни моторни превозни средства и др. (Franklin, 2023).

**Проект „GREEN-LOG“.** GREEN-LOG (Cooperative and Interconnected Green delivery solutions towards an era of optimized zero emission last-mile Logistics) има за цел да ускори системните промени в екосистемите за доставка в градски условия за икономически, екологично и социално устойчива градска логистика. Проектът предлага платформи „Logistics-as-a-Service“ за взаимосвързана градска логистика; автоматизирани концепции за доставка, използващи автономни превозни средства; иновации, базирани на товарни велосипеди за устойчива микроконсолидация и мултимодални доставки на колети, интегриращи обществения транспорт (GREEN-LOG, 2023).

Наред с изложената по-горе информация, има редица други примери за инициативи, с фокус върху оптимизиране на градската логистика, част от които са представени в таблица 1.

## Проекти за развитие на градската логистика

Проект	Проектен фокус
SENATOR	Разработване на ориентирани към бъдещето подходи за управление на градската логистика
URBANIZED	Адаптивен и модулен дизайн на електрически превозни средства за доставка
ONO	Електрически товарни велосипеди за градска логистика
STORM	Проучване на нови концепции за зелен логистичен транспорт
SHOW	Демонстратор за работа на автоматизирано превозно средство в градски условия
CARTRE	Съвместимост на автоматизирани системи за пътен транспорт
MOVE21	Интелигентна мултимодална градска мобилност и товарни центрове
NOVELOG	Насоки и демонстрация на устойчиви градски товарни операции
CityLab	Разработване на рентабилни подходи с нулеви емисии към градските логистични операции
SELIS	ИКТ инфраструктура за логистично сътрудничество и обединен обмен на информация

*Източник: Адаптирано по Franklin, 2023*

Може да се обобщи, че европейските общини полагат значителни усилия за постигане на устойчивост по отношение на градския товарен транспорт. Като основни дейности и конкретни мерки могат да се открият: използването на товарни велосипеди в централните градски части; изграждане на градски консолидационни центрове; стимулиране на мултимодалния товарен транспорт в градски условия; използването на интелигентни решения за доставки, базирани на автоматизирани информационни системи; изграждане на сътрудничество между заинтересовани страни, в т.ч. и коопериране на търговци по отношение на доставките; внедряване на градски транспортни хъбове; електрически превозни средства и времеви и пространствени ограничения в сферата на градските доставки.

### 3. Концепцията за градска логистика и българските градове

В България концепцията за градска логистика все още не е застъпена в необходимата степен, въпреки че проблемите, свързани със замърсяването от транспортната дейност биват широко дискутирани в обществото. Утвърдените стратегически документи към момента насочват вниманието по-скоро към обществения пътнически транспорт и по-малко към товарния. Българските общини са изправени пред множество предизвикателства, с които трябва да се справят преди да имат възможност адекватно да прилагат установените в Европа добри практики. Някои от тях включват: лошо състояние на градската пътна инфраструктура; тясна пътна мрежа и липса на пространство за товаро-разтоварна дейност в градовете; недостатъчно ниво на координация между институциите по отношение на извършване на ремонти дейности и координиране на товаропотока; липса на тясно сътрудничество между заинтересованите страни, което прави невъзможно постигането на консенсус и оптимални градски маршрути за товарни доставки; занижен контрол на правилата за движение по пътищата и др. Все още преобладават икономическите

интереси на стопанските субекти пред социалното и екологично благополучие на обществото. От своя страна, публичните институции в лицето на местните власти са затруднени в приоритизирането на наличните обществени проблеми и балансът между качество на живот и икономически просперитет е нарушен.

С цел анализиране на намеренията на част от общините в България в сферата на градската логистика е направен кратък обзор на съдържанието на Планове за интегрирано развитие на общините (ПИРО) за периода 2021-2027 г.

**Таблица 2**

**Направления за развитие на градската логистика на градовете София, Пловдив, Варна и Бургас съгласно заложените мерки в ПИРО 2021-2027**

Столична Община (Столичен общински съвет, 2021)	<b>Мярка „Подпомагане на устойчивата градска логистика“:</b> Срок за изпълнение: 5 години; Индикативен бюджет: 5,5 млн. лв. - Създаване на план за устойчива градска логистика - Паркоместа за товаро-разтоварни дейности (ТРД) - Система за резервиране на паркоместа за ТРД - Графици за зареждане на търговски обекти по зони - Изисквания за екологичен клас на МПС за доставки - Стимули за използване на нискоемисионни МПС за доставки
Пловдив (ПИРО Пловдив, 2022)	<b>Мярка „Подобряване качеството на атмосферния въздух“</b> - Интегриран градски транспорт на гр. Пловдив - изграждане на инфраструктура за зареждане на електромобили <b>Мярка „Интермодална свързаност с национално значение“</b> - Изграждане на градска железница
Варна (ПИРО Варна, 2022)	<b>Мярка „Устойчива градска логистика“</b> Индикативен бюджет: 1,5 млн. лв. - Създаване на условия за развитие на ефективна и бърза градска логистика с възможно най-малко въздействие върху градското движение и щадяща околната среда и по-конкретно: • Създаване на два транспортни хъба за градска логистика
Бургас (ПИРО Бургас, 2021)	<b>Мярка „Развитие на устойчива мобилност“</b> - Изграждане на подземни, полуподземни и многоетажни паркинги - Единна система за управление на паркирането - Разширяване на мрежата от велоалеи <b>Мярка „Свързаност и интегрирано управление на средата“</b> - Надграждане на интегрираната система за управление на трафика – Въвеждане на система за управление на потока от ТИР-ове и товарни камиони, обслужващи пристанищата на града, за да се намали драстично запрашаването. - Надграждане на системата от VMS информационни табла за регулиране на входящия и изходящ трафик на Бургас по основните извънградски пътни артерии и др.

**Източник:** Изготвена от автора въз основа на данни от ПИРО на Общините

При прегледа на плановете за интегрирано развитие на четирите най-големи общини в България става ясно, че преобладават мерките към развитие на градския пътнически транспорт за сметка на товарния. Конкретни дейности в областта на градската логистика се наблюдават в най-голяма степен при ПИРО на Столична Община. За периода 2021-2027 г. в гр. Варна се планира изграждането на два транспортни хъба, а при

Общините Пловдив и Бургас, мерките са твърде общи и излизат извън обхвата на градския товарен транспорт.

Въз основа на представената информация става ясно, че намеренията на общинските администрации в България все още не са тясно ангажирани с процесите по оптимизация на градската логистика и в периода до 2027 г. не се очаква мащабно развитие в тази посока.

### **Заключение**

Градската логистика заема важно място в развитие на европейските градове, като целта е оптимизиране на процесите и намаляване на вредното въздействие върху околната среда. Известни са множество добри практики, очертаващи различни по вид иновационни решения на екологичните, икономически и социални предизвикателства. Въпреки това, в България все още не се обръща достатъчно внимание на проблемите, като приоритетите са предимно към развитие на пътническият транспорт за сметка на товарните превози. Необходимо е общините да се ангажират в по-голяма степен с тези процеси, за да се постигне ефективен преход към неутрална по отношение на въглеродни емисии градска транспортна система.

### **Използвана литература**

1. Европейска комисия. (2011) Бяла Книга. Пътна карта за постигането на Единно европейско транспортно пространство – към конкурентоспособна транспортна система с ефективно използване на ресурсите., {SEC(2011) 359}, Брюксел
2. Европейска комисия. (2021) Новата рамка на ЕС за градска мобилност., {SWD(2021) 470}, Страсбург
3. Комисия на европейските общности. (2007) Зелена книга. Към нова култура за градска мобилност., {SEC(2007) 1209}, Брюксел
4. Министерство на транспорта и съобщенията. (2022) Национален план за развитие на комбинирания транспорт в Република България до 2030 г., София
5. Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията. (2017) Интегрирана транспортна стратегия в периода до 2030 г., София
6. План за интегрирано развитие на Община (ПИРО) Пловдив 2021-2027 г. (2022). Приложение № 1А. Индикативен списък на важни за общината проекти, включени в ПИРО на община Пловдив за периода 2021-2027 г.
7. План за интегрирано развитие на Община (ПИРО) Варна 2021-2027 г. (2022). Приложение 1. Програма за реализация на ПИРО на община Варна за периода 2021-2027 г. и Приложение 3. Матрица на индикаторите за наблюдение и оценка на ПИРО на Община Варна за периода 2021-2027 г.
8. План за интегрирано развитие на Община (ПИРО) Бургас 2021-2027 г. (2021). Приложение № 1. Програма за реализация на ПИРО на община Бургас за периода 2021-2027 г. : описание на предвидените мерки и дейности
9. Столичен общински съвет. (2021) Програма за София, Том VI, с 1147
10. CIVITAS (2023). Sustainable and smart mobility for all. [online], available at: <https://civitas.eu/>, [last access: 22.10.2023]
11. Franklin, R. (2023). URBANE framework for optimized green last mile operations. [online], available at: [https://www.urbane-horizoneurope.eu/wp-content/uploads/2023/09/URBANE\\_D1.1\\_URBANE-framework-for-optimised-green-last-mile-operationsv1.1\\_Final.pdf](https://www.urbane-horizoneurope.eu/wp-content/uploads/2023/09/URBANE_D1.1_URBANE-framework-for-optimised-green-last-mile-operationsv1.1_Final.pdf), [last access: 22.10.2023]

12. GREEN-LOG (2023). About the Project. [online], available at: <https://civitas.eu/projects/green-log>, [last access: 22.10.2023]
13. ULaaDS. Urban Logistics as an On-Demand Service (2022). City Profiles. ULaaDS: factsheets baseline and city profiles. [online], available at: <https://ulaads.eu/wp-content/uploads/2022/03/D5.2-ULaaDS-factsheets-baseline-and-city-profiles.pdf>, [last access: 22.10.2023]
14. URBANE (2023). About the Project. [online], available at: <https://civitas.eu/projects/urbane>, [last access: 22.10.2023]

**Информация за контакт с автора:**

*гл. ас. д-р Влади Куршумов*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустиален бизнес и логистика“*

*E-mail: vl\_kurshumov@ue-varna.bg*



# ESG РЕЙТИНГИТЕ: ИНСТРУМЕНТ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ НА ЕКОЛОГИЧНИ, СОЦИАЛНИ И УПРАВЛЕНСКИ АСПЕКТИ ОТ ДЕЙНОСТТА НА КОМПАНИИТЕ

ас. Светлин Минеv  
Икономически университет – Варна

## ESG RATINGS: A TOOL FOR ASSESSING ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND MANAGEMENT ASPECTS OF THE ACTIVITIES OF COMPANIES

Assist. Prof. Svetlin Minev  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

През последните години все по-голямо внимание се обръща на отговорното инвестиране. То се базира на схващането, че финансовата печалба не трябва да бъде основен критерий за вземане на решения, а трябва да се имат предвид и социалните и екологични аспекти от дейността на компаниите. В тази връзка популярност добиват ESG рейтинги, които са предназначени да улеснят инвеститорите при вземане на инвестиционни решения. Цел на настоящия доклад е да бъде направено сравнение на методиките за определяне на ESG рейтинги на компаниите. Представени са методиките на няколко големи специализирани компании като Sustainalytics, Refinitiv® и MSCI. След това е направено сравнение на рейтинги определени за конкретни компании. На база на това сравнение се установява, че има понякога големи разминавания в рейтингите, което би затруднило вземането на решения от страна на инвеститорите. Препоръчва се съставяне на една методика или унифициране на сега съществуващите.

**Ключови думи:** *отговорно инвестиране, устойчиво развитие, ESG рейтинг*  
**JEL Класификация:** *Q01*

### Abstract

In recent years, more and more attention has been paid to responsible investing. It is based on the understanding that financial profit should not be the main criterion for decision-making, but that the social and environmental aspects of the companies' activities should also be taken into account. In this regard, ESG ratings are gaining popularity, which are designed to facilitate investors in making investment decisions. The purpose of this report is to compare the methodologies for determining ESG ratings of companies. Methodologies of several large specialized companies such as Sustainalytics, Refinitiv® and MSCI are presented. After that, a comparison of ratings determined for specific companies was made. Based on this comparison, it is found that there are sometimes large discrepancies in the ratings, which would make it difficult for investors to make decisions. It is recommended to draw up a single methodology or to unify the existing ones.

**Keywords:** *responsible investing, sustainable development, ESG rating*  
**JEL Classification:** *Q01*

### Въведение

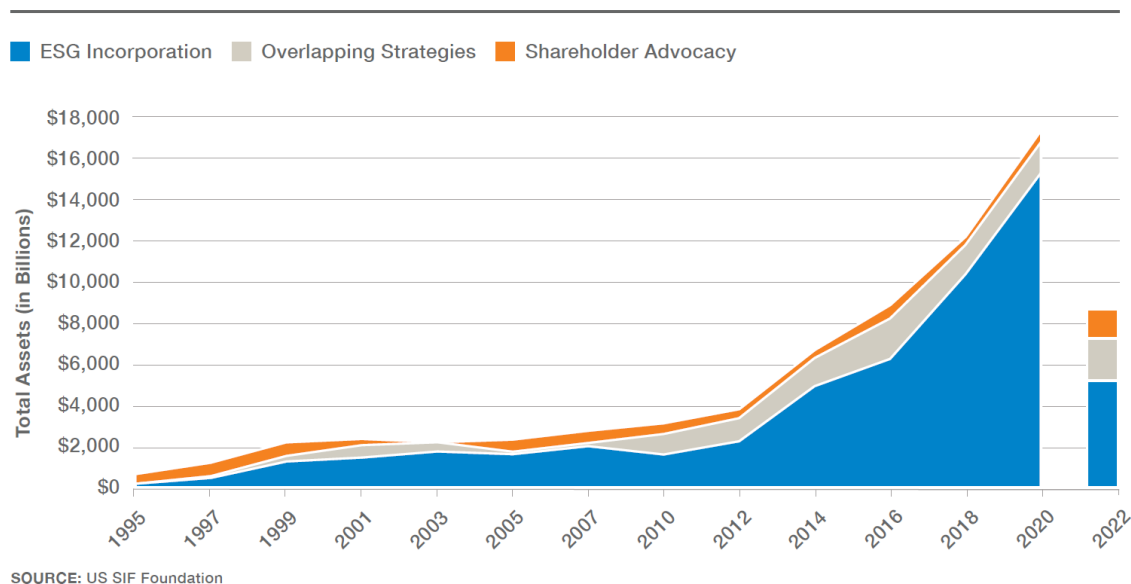
Темите за корпоративната социална и екологична отговорност и отговорното инвестиране присъстват на финансовите пазари от няколко десетилетия, но станаха особено популярни през последните години. Една от причините за това е законодателството,

което беше прието във водещите икономики, като Директивата за отчитане на корпоративната устойчивост – ДОКУ (Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD) на Съвета на ЕС и Европейския Парламент (Европейски Съюз, 2022). Според неговите изисквания, голяма част от компаниите ще трябва да променят и отчитат политиките се в областта на екологията, социалната отговорност и корпоративното управление. Това означава, че инвеститорите, които искат да вложат средства в тази сфера, ще имат на разположение все по-голям обем от информация. Обработването на подобен обем информация за хиляди компании ще бъде много труден процес и затова от няколко години специализирани фирми и агенции предлагат рейтинги, които могат да ориентират много по-лесно и бързо инвеститорите и други заинтересовани страни. Това всъщност е подобно на кредитните рейтинги, които дават концентрирана информация за състоянието на компаниите и други емитенти на ценни книжа.

Цел на доклада е, след преглед и анализ на методиките за определяне на ESG рейтинги на компаниите, да бъдат направени изводи относно тяхната съпоставимост, както и качеството на информацията, която те предоставят на инвеститорите.

### Изложение

Интересът към отговорното инвестиране расте главоломно през последните години, както се вижда от данните на Форумът за устойчиво инвестиране (The US Sustainable Investment Forum) (SIF Foundation, 2022). През 2022 г. активите в устойчиви инвестиции са в размер на \$8.4 трлн., като това представлява 12.6% от активите под управление в САЩ (графика 1). Освен това взаимните и борсово търгуваните фондове, които се специализират в отговорно инвестиране стават все по-популярни. Активите под управление са достигнали \$400 млрд. през 2021 г., което е увеличение с 33% спрямо предходната година и се очаква тази тенденция да продължи.



**Фигура 1. Размер на активите в устойчиви инвестиции, млрд. щ. д.**  
Източник: US SIF Foundation

Една от причините за повишения интерес към отговорното инвестиране е, че по този начин инвеститорите избягват компании, които имат рискови или неетични практики. В крайна сметка тези компании ще трябва да поемат отговорност за своите екологични и социални политики, което ще доведе до загуби за инвеститорите. Например

компанията 3M ([www.3m.com](http://www.3m.com)) сключи споразумения с различни градове заради обвинения, че замърсява водите с вредни химикали в резултат на своята производствена дейност (Samantha Delouya/CNN, 2023). Компанията трябва да изплати обезщетения в размер на \$10.3 млрд., като в резултат на това, акциите ѝ се понижиха с почти 24% за първите 9 месеца на 2023 г., което носи сериозни загуби на инвеститорите.

Инвестирането в компании, които спазват принципите на екологичната, социалната и управленската отговорност има и някои негативи. Първият е, че по този начин не може да се прави нормална диверсификация на портфейлите, тъй като няма да може да се инвестира в немалък брой компании. Вторият недостатък е, че тези компании вероятно ще имат по-ниска рентабилност в началото, тъй като трябва да правят извънредни разходи и да се лишат от някои източници на доходи. Третият аспект е юридически. Инвестиционните компании имат т. нар. фидуциарно задължение, т.е. трябва да инвестират средствата под управление в най-добрия интерес на техните собственици. Компаниите инвестиращи в устойчиво развитие вероятно ще имат по-ниски печалби в краткосрочен план, което ще доведе и до по-ниска възвращаемост за инвеститорите. Въпреки това, интересът към отговорното инвестиране продължава да расте, но този процес ще зависи и от действията на компаниите.

Към момента, най-популярни са следните стратегии за отговорно инвестиране:

- Социално отговорни стратегии – при инвестирането се избягват компании от спорни индустрии като алкохол, тютюневи изделия и хазарт;
- ESG стратегии – инвестира се в компании, които спазват критериите за екологична, социална и управленска устойчивост и отговорност;
- Инвестиране чрез въздействие (импакт) – инвестиране в компании, които развиват дейности с измеримо въздействие върху околната среда и обществото.

Цел на ESG рейтингите е улесняване на инвеститорите, предпочитащи устойчиво инвестиране, при вземане на решение къде и как да вложат своите средства. Вече има множество агенции и компании, които ги предлагат и разпространяват. Те ползват различни методики и подходи. Тук ще разгледаме правилата за определяне на ESG рейтинги използвани от три от най-големите компании Sustainalytics, Refinitiv® и MSCI.

### **Sustainalytics**

Sustainalytics ([www.sustainalytics.com](http://www.sustainalytics.com)) е създадена през 1992 г. След серия от преобразувания, Sustainalytics става собственост на Morningstar Inc. ([www.morningstar.com](http://www.morningstar.com)). Sustainalytics изчислява рейтинги за 6 500 компании от 42 сектора (Morningstar, 2021), които развиват бизнес в много държави. Следят се поне 70 индикатора за всяка индустрия. Те са разпределени в три аспекта: подготовка, оповестяване, представяне.

Рейтингът на Sustainalytics отразява доколко стойността на компанията е подложена на въздействието на екологични, социални и управленски фактори. Реално рейтингът показва степента на неуправляван риск и има следните основни елементи:

- Съществени ESG фактори: определят се съществените фактори, които са специфични за съответните индустрии и могат да въздействат върху финансовото състояние и репутацията на компанията.
- Експозиция: оценява се експозицията на компанията към съществени ESG фактори, като се имат предвид нейната дейност, верига за доставки, географско положение. Определя се коя част то експозицията подлежи на управление;
- Управление: оценяват се методите за анализ, методиките и политиките на компанията за управление на експозицията към ESG рискове. Определя се управлявания риск;
- Неуправляван риск: изчислява се неуправлявания риск, т.е. рискът който остава, след като се вземат предвид рисковете, които компанията управлява.

Скалата за рейтингите на Sustainalytics е от 0 (най-нисък риск) до 100 (най-висок риск). Тя е разделена на 5 нива:

- Пренебрежим риск (0-9.9)
- Нисък риск (10-19.9)
- Среден риск (20-29.9)
- Висок риск (30-39.9)
- Много висок риск (40+)

Като ползват скалата на Sustainalytics, инвеститорите могат да определят потенциалните рискове, които може да въздействат върху представянето на компанията.

### **Refinitiv®**

Refinitiv® ([www.refinitiv.com](http://www.refinitiv.com)) е специализирана компания за финансова информация, създадена през 2018 г. от Thomson Reuters ([www.thomsonreuters.com](http://www.thomsonreuters.com)). Тя изчислява ESG рейтинги за компании, които представляват 85% от пазарната капитализация. Нейната методика (Refinitiv®, 2022), включва 630 показателя (186 от тях са определени като по-съществени) и предоставя исторически данни от 2002 г. Основните източници на информация са корпоративни публични публикации като годишни отчети, отчети за корпоративната социална отговорност, уебсайтове на компании и глобални медийни източници. ESG рейтингите на Refinitiv® са предназначени за обективно оценяване на относителното представяне, ангажираност и ефективност на компанията в трите основни стълба – Екология, Социален и Управление. Базираны са на следните 10 теми:

#### **Екология**

Използване на ресурси  
Емисии  
Иновация

#### **Социален**

Работна сила  
Човешки права  
Общност  
Отговорност за продукта

#### **Управление**

Мениджмънт  
Акционери  
Стратегия за КСО

При изчисляване на рейтинга, първо се оценява представянето на компанията в областта на всеки от трите основни стълба – екология, социален и управление. Постоянно се следи за противоречиви и негативни публикации за компанията в медиите по 23 теми. На база на тази информация се изчислява т. нар. ESG оценка на противоречията. При изчисляването на тази оценка се има предвид и ефекта на пазарната капитализация, защото големите компании обикновено привличат по-голям медиен интерес. Когато оценката на противоречията се прибави към първоначалната, която е базирана на трите основни стълба, се получава комбинираната ESG оценка.

Когато се изчисли оценката на дадена компания, Refinitiv® определят и рейтинг на база на следната таблица:

*Таблица 1*

**Скала за определяне рейтингите на Refinitiv®**

0.0 <= Оценка <= 0.083333	D -
0.083333 < Оценка <= 0.166666	D
0.166666 < Оценка <= 0.250000	D +
0.250000 < Оценка <= 0.333333	C -
0.333333 < Оценка <= 0.416666	C
0.416666 < Оценка <= 0.500000	C +

0.500000 < Оценка <= 0.583333	B -
0.583333 < Оценка <= 0.666666	B
0.666666 < Оценка <= 0.750000	B +
0.750000 < Оценка <= 0.833333	A -
0.833333 < Оценка <= 0.916666	A
0.916666 < Оценка <= 1	A +

*Източник: Refinitiv ®*

Чрез ESG рейтинга инвеститорите много по-бързо придобиват представа за реалното състояние на компанията по отношение на оценяваните дейности. Както и при системите за кредитен рейтинг, оценка D е най-ниска, а оценка A е най-висока. Интерпретацията на рейтингите е следната:

- Оценка D показва лошо относително представяне и недостатъчна степен на прозрачност при публичното докладване на съществените ESG данни;
- Оценка C показва задоволително относително представяне и умерена степен на прозрачност при публичното докладване на съществените ESG данни;
- Оценка B показва добро относително представяне и над средната степен на прозрачност при публичното докладване на съществените ESG данни;
- Оценка A показва отлично относително представяне и висока степен на прозрачност при публичното отчитане на съществените ESG данни.

### **Morgan Stanley Capital International – MSCI**

MSCI Inc. ([www.msci.com](http://www.msci.com)) е американска компания, която е създадена през 1969 г. и специализирана в предоставянето на финансова информация. Рейтингите се изчисляват за 14 000 емитента, от които 8 700 компании, като покриват над 600 000 акции и ценни книжа с фиксиран доход (MSCI, 2023). За изготвяне на рейтингите се събира информация от правителствени, регулаторни и бази данни на НПО. Освен това се ползват отчети и всякакви други документи на компаниите, както и 3 400 медии. Компанията има методика за сравняване на данните за отделните компании с осреднени данни за съответния отрасъл.

Методологията за ESG рейтинг на MSCI се базира на 3 основни стълба, 10 теми и 35 ключови въпроса:

- Екология – климатични промени, природен капитал, замърсяване и отпадъци, екологични възможности;
- Социални – човешки капитал, отговорност на продукта, опозиция на стейкхолдърите, социални възможности;
- Управление – корпоративно управление, корпоративно поведение.

След като се оценят всичките компоненти на рейтинга, претеглената средна на всички ключови въпроси се нормализира спрямо показателя за индустрията. Получената оценка от 0 до 10 се превръща в рейтинг съгласно таблицата:

*Таблица 2*

**Скала за определяне рейтингите на MSCI**

Рейтинг	Водеща/Изоставаща	Крайна оценка
AAA	Водеща	8.571 - 10.0
AA	Водеща	7.143 – 8.571

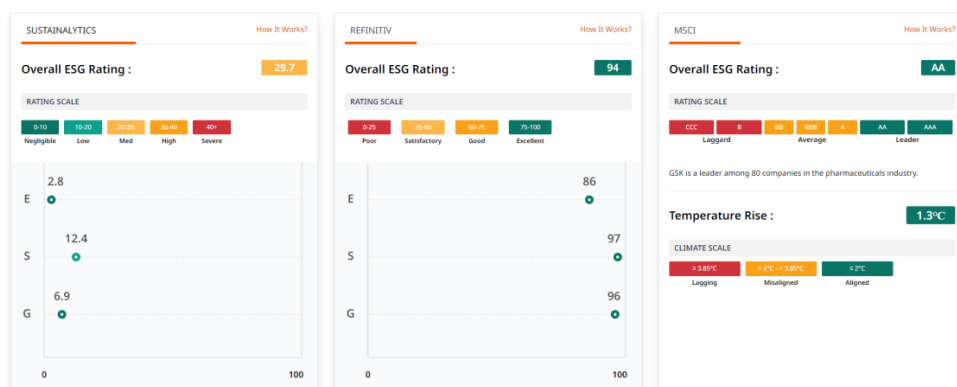
A	Средна	5.714 – 7.143
BBB	Средна	4.286 – 5.714
BB	Средна	2.857 – 4.286
B	Изоставаща	1.429 – 2.857
CCC	Изоставаща	0.0 – 1.429

*Източник: MSCI*

Както се вижда от Таблица 2, компании с рейтинг AA и AAA се считат за водещи в изпълнение на предвидените екологични социални и управленски цели и дейности. Компаниите с рейтинг между BB и A са със среден рейтинг, а B и CCC са изоставащи. MSCI изчисляват и индекс за повишаване на температурата, който показва как компанията се справя с постигане на целите за намаляване на глобалната температура с 2°C. Неговите показатели се дават в градуси Целзий и са групирани в следните категории: голямо разминаване (червено), разминаване (оранжево), равняване 2°C (жълто), равняване 1.5°C (синьо).

Нека да проверим как работят реално различните рейтинги, като направим сравнение на резултатите за няколко компании. Очакваме, че рейтингите за компании, които не са от индустрии със спорни или негативни екологични, социални или управленски практики, ще бъдат еднакви, докато при останалите може да има разминаване. Ще използваме сайта на KnowESG ([www.knowesg.com/company-esg-ratings](http://www.knowesg.com/company-esg-ratings)), където се представят рейтингите на компанията, определени от Sustainalytics, Refinitiv® и MSCI.

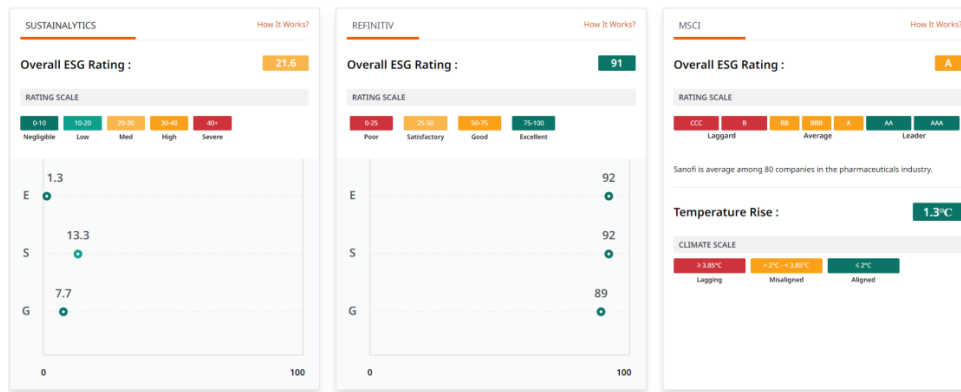
Първата компания е GlaxoSmithKline plc ([www.gsk.com](http://www.gsk.com)), която оперира във фармацевтичната индустрия. Както се вижда на Фигура 2, рейтингите на Refinitiv® и MSCI показват много добро представяне на компанията, докато този на Sustainalytics показва, че то е на средно ниво. Освен това има разминаване и представянето в социалната сфера според оценките на Sustainalytics, Refinitiv®.



**Фигура 2. ESG Рейтинги на GlaxoSmithKline plc**

*Източник: [www.knowesg.com](http://www.knowesg.com)*

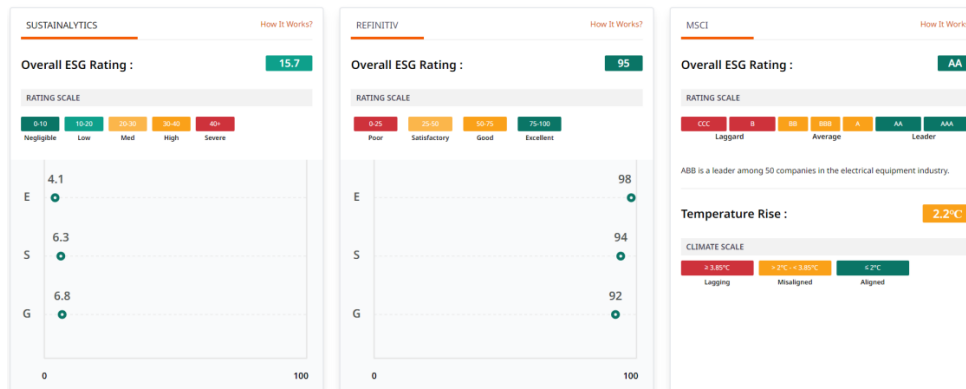
Разминаване има и при друга компания от фармацевтичната индустрия – Sanofi ([www.sanofi.com](http://www.sanofi.com)). Този път обаче разликата е в оценката на Refinitiv®.



**Фигура 3. ESG Рейтинги на Sanofi**

*Източник: www.knowesg.com*

Третата компания е ABB Ltd. (<https://global.abb/group>) и тя се занимава с производство на машини, оборудване и компоненти за различни индустрии. В този случай рейтингите на трите агенции са еднакви (Фигура 4), като този път дори няма разминаване в техните компоненти.



**Фигура 4. ESG Рейтинги на ABB Ltd.**

*Източник: www.knowesg.com*

Сравняването на рейтингите на конкретни компании, определени от различни агенции, показва, че има разминавания в тях. Причините за тях може да са разлики в самите методики на изчисляване, но също така и липсата на стандартизирана първоначална информация. Тези разлики компрометират основното предназначение на рейтингите, което е да помагат на инвеститорите и други заинтересовани страни по-бързо да се ориентират за състоянието на компаниите. Така, вместо да ги улесняват, те може да ги объркат. Особено, като се има предвид, че Sustainalytics, Refinitiv® и MSCI са само три от множеството специализирани рейтингови агенции. Със прилагане на регулациите за публикуване на екологична, социална и управленска информация, особено след влизане в сила на Директивата за отчитане на корпоративната устойчивост (Европейски Съюз, 2022), качеството на данните, ползвани за изработване на рейтингите, ще се повиши значително. Разликите в методиките, може да бъдат намалени чрез засилен координация на специализираните агенции.

## **Заклучение**

Нуждата от промени в екологичните, социалните и управленските цели и политики на компаниите се обуславят от стремежа за постигане на по-голяма устойчивост на корпоративно, национално и наднационално ниво. Точно затова инициативите в тези сфери привличат все по-големи инвестиции през последните години. За да се улесни избора на инвеститорите и другите заинтересовани страни, специализирани агенции започнаха да изготвят ESG рейтинги, по подобие на кредитните. Все още обаче рейтингите за конкретните компании се разминават, като предполагаемите причини са липсата на унифицирани данни и различията в методиките. С конвергиране на законодателството и методологиите за изчисляване на рейтингите, тези проблеми могат да бъдат решени.

## **Използвана литература**

1. Европейски Съюз (2022), ДИРЕКТИВА (ЕС) 2022/2464 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 14.12.2022, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/>, [Последно достъпен на 01.09.2022]
2. Morningstar (2021), Sustainability Rating Methodology, <https://www.morningstar.com/>, [Accessed: 11/09/2023]
3. MSCI (2023), ESG Ratings Methodology, MSCI ESG Research LLC, June 2023, [Accessed: 10/09/2023]
4. Refinitiv® (2022), Environmental, social and governance scores from Refinitiv®, <https://www.refinitiv.com/content/>, [Accessed: 09/09/2023]
5. Samantha Delouya/CNN (2023), 3M agrees to pay \$10.3 billion to settle ‘forever chemicals’ drinking water lawsuits, <https://edition.cnn.com/2023/06/22/business/3m-forever-chemicals-settlement/index.html>, [Accessed: 09/09/2023]
6. SIF Foundation (2022), SIF Foundation Report on us sustainable investing trends, <https://www.ussif.org/Files/Trends/2022/>, [Accessed: 09/09/2023]

## **Информация за контакт с автора:**

*ас. Светлин Минеv*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустиален бизнес и логистика“*

*E-mail: svetlin.minev@ue-varna.bg*



**СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ  
ПРИ ОБУЧЕНИЕТО НА СПЕЦИАЛИСТИ  
ЗА ИНДУСТРИЯТА**

**CURRENT TRENDS IN THE  
TRAINING OF SPECIALISTS INDUSTRY**

**ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ НАГЛАСИ И НАМЕРЕНИЯ НА СТУДЕНТИТЕ  
ОТ СПЕЦИАЛНОСТИ В СФЕРАТА НА ИНДУСТРИЯТА  
В ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**

*доц. д-р Иван Петров  
Икономически университет – Варна*

**THE ENTREPRENEURIAL ATTITUDES AND INTENTIONS OF STUDENTS  
FROM INDUSTRY MAJORS AT VARNA UNIVERSITY OF ECONOMICS**

*Assoc. Prof. Ivan Petrov, PhD  
University of Economic – Varna, Bulgaria*

**Резюме**

Докладът представя резултатите от проучване сред настоящи студенти от няколко бакалавърски и магистърски специалности от Икономически университет Варна, насочено към предприемаческите им нагласи и намерения. Изследването се основава на теорията на планираното поведение. Предприемаческите намерения са оценени на база вероятността за собствен бизнес, както и при хипотетизирани ситуации - безвъзмездно финансиране, безработица, съчетаване с отглеждане на деца. Предприемаческите нагласи са оценени с 5 основни компонента, свързани с оценка на степента от която лицето е привлечено, готово и мотивирано за такава кариера. Нагласите за „субективни норми“ са измервани чрез оценката на лицето за реакцията на най-близките му към евентуалното решение за samozаетост. За изследване на „възприетия поведенчески контрол“ е използвана самооценката от лицата на това доколко успешно могат да стартират и управляват собствен бизнес.

**Ключови думи:** предприемачество, samozаетост, собствен бизнес, нагласи, намерения

**JEL Класификация:** J24, L26, M13

**Abstract**

The report presents the results of a survey among current students from several bachelor and master programmes at the University of Economics Varna, focused on their entrepreneurial attitudes and intentions. The study is based on the theory of planned behaviour. Entrepreneurial intentions are assessed on the basis of the probability of owning a business, as well as in hypothetical situations - grant funding, unemployment, combining with raising children. Entrepreneurial attitudes were assessed with 6 principal components related to an assessment of the degree to which the person was attracted to, ready for, and motivated for such a career. Attitudes about "subjective norms" were measured by the person's assessment of the reaction of those closest to him or her to the possible decision to become self-employed. Self-assessment by individuals of how successfully they could start and run their own business was used to examine 'perceived behavioural control'.

**Key words:** entrepreneurship, self-employment, own business, attitudes, intentions

**JEL Класификация:** J24, L26, M13

**Обхват и концептуална основа на проучването**

Проблемите на развитието и насърчаването на предприемачеството винаги са представлявали интерес за политици, учени и изследователи. Важна роля за формиране

на предприемаческо съзнание, знания и умения за стартиране на собствен бизнес имат икономическите висши училища. Необходимо е, обаче, периодично да се правят изследвания на студентските предприемачески нагласи и намерения, както и определящите ги фактори, с цел адаптиране на образованието към потребностите и повишаване на ефективността му. Посредством обучението, може да се въздейства върху нагласите, чрез тях върху намеренията. Като резултат, така могат да се създават предпоставки за по-успешна реализация на предприемачески инициативи в бъдеще. Вече има натрупан сериозен опит в изследване сред студентите. Цялостно проучване на предприемаческите нагласи и намерения на студентите в Икономически университет Варна е направено през 2008 г., публикувано в монография (Петров, Якова & Шинева, 2008). Друго подобно изследване в сравнителен аспект е направено в Стопанска академия, УНСС и Икономически университет Варна (Пантелеева и др., 2021). Резултати от частични изследвания са представени на няколко конференции и кръгли маси.

В настоящия доклад представяме резултатите от собствено изследване на предприемаческите и кариерните нагласи и намерения, проведено през учебната 2022-2023 г. сред действащите студенти в специалности, свързани с индустрията в Икономически университет. Включени са специалности, администрирани от катедра „Индустриален бизнес и логистика“, както и такива, в обучението на които сериозно участие имат преподаватели от катедрата. Анкетирани са студенти от бакалавърските специалности „Индустриален бизнес и предприемачество“, „Логистика“ и „Бизнес икономика“, и магистърските – „Корпоративен бизнес и управление“, „Логистичен мениджмънт“ и „Управление на проекти“. Проучването е направено чрез анкетна карта, генерирана в Google Form, популяризирана посредством съобщения чрез платформата за електронно обучение на Икономически университет <https://e-learn.ue-varna.bg/> в процеса на обучението. Включени са общо 132 студенти, от които 88 обучаващи се в бакалавърска и 44 в магистърска степен. Половата структура на респондентите е с приоритет на жените – 76 жени и 56 мъже. Възрастово респондентите са основно във възрастова група от 20 до 25 години – 74.2%. Всички останали студенти са обединени в обща група – над 25 години. От гледна точка семейно положение преобладават несемейните 70,5% пред семейните 29,5%.

Изходна, концептуална основа на изследването е теорията на планираното поведение (Aizen, 1991). Според нея, бъдещите действия на всеки са предварително обмислени и планирани като намерения, формирани на основата на система от възгледи (нагласи). Детерминанти (фактори) на намеренията са три групи нагласи - към определено поведение („възприятия за степен на мотивация“), към „субективните норми“ (възприятия за социален натиск, респ. подкрепа) и към „възприет поведенчески контрол“ (самооценка за способността за реализация на идеята и контрола върху нея).

Целта на настоящия доклад е анализ на резултатите от изследването, отнасящи се до нагласите и намеренията на студентите от изследваните специалности за стартиране на собствен бизнес (самозаетост).

За реализация на целта са поставени следните основни задачи:

1. Анализ и оценка на предприемаческите намерения на студентите за стартиране на собствен бизнес в бъдеще.
2. Анализ и оценка на основните, определящи намеренията фактори – „предприемаческите нагласи“, „субективни норми“ (очакванията за съобразяване с мнението и подкрепа от най-близките) и „възприет поведенчески контрол“ (самооценката на лицата до колко успешно могат да стартират и управляват бизнеса си).

Резултатите от изследването са въведени и обработени чрез използване на статистическия продукт SPSS 17. Използвани са инструменти на дескриптивната статистика, кростаблици, мода, средни величини и сравнението им сред различни групи

респонденти според образователна степен, пол, възраст, семейно положение, наличие на предприемачески опит на родителите, форма на обучение и др.

### Предприемачески намерения на студентите

Проучването на намеренията за осъществяване на предприемаческо поведение са сериозно застъпени в нашето изследване. Намеренията се идентифицират на база на оценка на вероятността за случване на събитието, измерени в 7 степенна скала (от най-ниска 1 до най-висока 7). Използвани са 2 подхода – базисен фундаментален и хипотетизиран ситуационен. При базисния подход е направена оценка на вероятността за стартиране на собствен бизнес в два момента: веднага след завършване и до 10 години след дипломиране. Разграничени са и три хипотетизирани ситуации - при безвъзмездно финансиране, при безработица и при отглеждане на децата.

Изведени са резултатите, съставени са кростаблици със сравнени данни по различни критерии – според образователната степен (бакалаври и магистри), пол (мъже и жени), семеен статут (несемейни, семейни с деца и без деца), опит на родителите в собствен бизнес (с опит и без опит), възрастова група (в 2 групи), форма на обучение (редовно и дистанционно/заочно). Резултатите от изследване на намеренията, чрез оценка на вероятността за стартиране на собствен бизнес са представени в таблици 1 и 2. Определени са средни величини, мода, медиана и статистически разпределения, като основен приоритет в представянето на резултатите е даден на средната оценка.

Таблица 1

#### Средна оценка на вероятността за стартиране на собствен бизнес (според образователна степен, пол и семейния статут на лицата)

Показатели	Според образованието		Според пола		Според семейния статут		
	Бакалаври	Магистри	мъже	жени	Несемейни	семейни без деца	семейни с деца
Веднага след дипломиране	3,97	3,36	3,84	3,71	3,78	4,00	3,58
До 10 години след дипломиране	4,72	3,52	4,32	4,32	4,69	4,15	3,08
При безработица	3,99	3,57	3,86	3,84	3,91	3,54	3,77
При безвъзмездно финансиране	5,43	5,09	5,27	5,36	5,35	5,62	5,04
Съчетаване на бизнес с отглеждане на деца	4,95	4,16	4,61	4,75	4,78	4,38	4,50

Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)

Таблица 2

#### Средна оценка на вероятността за стартиране на собствен бизнес (според възрастовата структура и предприемаческия опит на родителите)

Показатели	Според родителския опит в бизнеса		Според формата на обучение	
	С опит	Без опит	Редовно обучение	Дистанционно и заочно обучение
Веднага след дипломиране	4,17	3,20	3,98	3,58

До 10 години след дипломиране	4,40	4,20	4,67	4,01
При безработица	4,04	3,58	4,05	3,68
При безвъзмездно финансиране	5,34	5,29	5,39	5,25
Съчетаване на бизнес с отглеждане на деца	4,92	4,51	4,97	4,45

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

В анкетата са включени много и разнообразни измерители на предприемаческите намерения на студентите – идентифициране на преходен минал интерес, сравняване на предпочитанията за самозаетост пред наемна заетост, оценка на вероятности. Като основни базисни измерители на предприемаческите намерения за целите на настоящия доклад е използвана вероятността за стартиране на собствен бизнес веднага след завършване на образованието и до 10 години след дипломирането.

В преходен доклад е направен частичен анализ на вероятността за стартиране на бизнес веднага след дипломирането, като форма на оценка на реалистичността на демонстрираните силни предпочитания към предприемаческа кариера. При използваната 7-степенна скала, средната оценка е 3,77, медианата е оценка 3, т.е. надделяват по-песимистичните самооценки за стартова самозаетост. В по-дългосрочен аспект до 10 години след дипломирането, респондентите, считат, че има значително по-висока вероятност за стартиране на собствен бизнес (средни 4,32 и медиана 4). С цел обобщаване на двата показателя е изчислена на тяхна основа нова променлива „вероятност за стартиране на собствен бизнес (базисна)“. Сравняването на средните величини по двата изходни показателя и изведената резултативна променлива за различните групи респонденти извеждат някои интересни различия. Бакалаврите оценяват значително по-високо вероятността да стартират собствен бизнес пред магистрите (4,34 и 3,44). Същото се отнася и за студентите редовно обучение (4,32) пред дистанционно и задочно обучение (3,80). Мъжете дават по-висока оценка за вероятна предприемаческа кариера от жените, но разликата е минимална (4,08 срещу 4,01). От гледна точка семеен статус, несемейните определено имат по-висока самооценка за вероятността за стартиране на бизнес (4,23 срещу 3,51). Сред семейните – по-високо оценяват своя шанс семейните без деца (4,07 срещу 3,33). Студентите на възраст до 25 години оценяват по-високо вероятността за собствен бизнес (4,24), пред тези над 25 години (3,45). Логично е очакването децата на предприемачите да са по-благоприятно разположени в оценката си за вероятността за бъдещ старт на собствен бизнес (4,28 към 3,70).

Втората група показатели за предприемачески намерения са свързани с хипотетизирани ситуации, т.е. отчитащи възможността за стартиране на бизнес при определени ситуации – безработица, грантове, съчетаване на бизнес и отглеждане на деца.

Безработицата като провокатор на стартиране на собствен бизнес по-скоро има неутрален характер в нашето изследване. Средната обща оценка е 3,85, т.е. малко по-ниска от преизчислената базисна вероятност за стартиране на бизнес 4,04. Все пак студентите считат, че има по-голяма шанс до 10 години по естествен път да стартират собствен бизнес (4,32), отколкото при безработица. Като цяло ниски са очакванията за обвързване на такава тежка житейска ситуация със стартирането на бизнес. Само 23% оценяват, че има по-голяма вероятност да предпочетат самозаетост при безработица, при 39% оценяващи тази вероятност като малка. От диференцираните оценки по различни критерии, има само няколко групи, които оценяват вероятността малко над 4 – децата на предприемачи със средна оценка 4,04 и студентите редовно обучение. - 4,05. Като цяло

може да се направи извод, че безработицата не може да бъде основен и отключващ решение за стартиране на самозаетост.

Значително по-благоприятно се гледа на получаването на безвъзмездно финансиране (грантове) като отключващ фактор. Средната оценка за вероятността за стартиране на самозаетост за всички респонденти е 5,32, като високите стойности са отчетени при всички групи. Могат да се изведат някои групи, с отчетени по-високи вероятности за самозаетост при подпомагане – несемейни без деца 5,62, бакалаври 5,43, студенти до 25 г. -5,44. Като цяло, респондентите дават основания да се счита, че разработването на европейски и национални програми за финансиране на стартиране на бизнес могат да бъдат приети позитивно и донесат до успешен резултат, отнесено до студентите икономисти.

Като сериозен мотив за стартиране на самозаетост е възможността за съчетаване на бизнес с отглеждане на децата в семейството. Тази възможност се оценява положително от респондентите, като средните оценки са по-високи в сравнение с базисните (4,69 спрямо 3,77 веднага след дипломиране и 4,32 до 10 г.). Тук е интересно, че несемейните имат по-високи очаквания в сравнение със семейните, вкл. и тези с деца). Същото се отнася за студентите до 25 г. и бакалаврите. Може да се направи предположението, че тези групи имат позитивни предварителни очаквания и благоразположение към собствения бизнес, даващ по-голяма свобода и гъвкавост за отглеждането на децата. Същевременно, тези оценки не се потвърждават от хората с по-богат семеен и жизнен опит и това обяснява по-песимистичните им оценки.

### Основни фактори (детерминанти) на предприемаческите намерения

Основният фактор, въздействащ върху предприемаческите намерения са предприемаческите нагласи. За да е готов някой да стартира собствен бизнес, следва да има позитивно отношение, т.е. да е привлечен от възможността да извършва тази дейност. За изследване на предприемаческите нагласи са използвани 5 променливи, свързани с благоразположение към предприемаческа кариера, желание за собствен бизнес, удовлетвореност, очаквания за преимущества и финансови изгоди от такава кариера. Резултатите са представени в табл. 3 и 4.

Таблица 3

Измерители на предприемаческите нагласи  
(общо, според образованието, пола и семейния статус на лицата)

Показатели	Според образованието		Според пола		Според семейния статус		
	Бакалаври	Магистри	мъже	жени	несемейни	семейни без деца	семейни с деца
Привлеченост от кариера на предприемач	5,30	4,95	5,27	5,12	5,32	4,77	4,88
Желание за собствен бизнес при възможности	6,06	5,36	5,75	5,88	5,89	5,69	5,65
Удовлетвореност от предприемачеството	5,78	5,34	5,62	5,64	5,72	5,62	5,35
Очаквания за предимства при самозаетост	5,65	5,18	5,25	5,67	5,59	4,92	5,42
Търсене на финансови изгоди	5,98	5,84	5,75	6,07	5,91	6,08	5,92

Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)

**Измерители на предприемаческите нагласи  
(според възрастовата структура и предприемаческия опит на родителите)**

Показатели	Според опита на родителите		Форма на обучение		Възрастови групи	
	С опит	Без опит	Редовно	Дист./зад.	До 25	Над 25
Привлеченост от кариера на предприемач	5,52	4,71	5,18	5,18	5,33	4,73
Желание за собствен бизнес при възможности	5,84	5,80	6,13	5,56	5,97	5,39
Удовлетвореност от предприемачеството	5,74	5,49	5,74	5,55	5,75	5,30
Очаквания за предимства от предприемачество	5,58	5,36	5,59	5,41	5,57	5,27
Търсене на финансови изгоди	5,96	5,89	5,89	5,97	5,98	5,79

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

На основа на изведените 5 измерители е изчислена обобщена променлива „Предприемачески нагласи“ (обобщена). Студентите имат силно изявени предприемачески нагласи, измерени чрез отделните компоненти и обобщената оценка (средна 5,64). Бакалаврите имат по-силни предприемачески нагласи от магистрите (5,78 и 5,38), редовните пред дистанционните и задочните студенти (5,72 и 5,58), студентите до 25 пред тези над 25 години (5,72 и 5,39). Децата на предприемачи имат по-позитивни предприемачески нагласи (5,76) от студентите с родители без опит със собствен бизнес (5,48). Несемейните имат по-висока обобщена оценка от семейните, както с деца, така и без деца (5,70 и 5,50).

За по-дълбочинен анализ на предприемаческите нагласи е направено изследване на измерителите сред две групи студенти според предпочитания тип заетост като кариерна възможност. Разделянето е на основата на коефициент, отношение между оценката за предпочитание на предприемаческа кариера и наемна заетост. В групата на предпочитащите наемна заетост са 29, а в групата на „предприемачите“ 103 респонденти. Може да бъде изведен ясен профил и разграничение на двете групи лица според измерените компоненти на предприемачески нагласи. Желаетелите самозаетост са по-силно привлечени от предприемаческа кариера (5,60 срещу (с/у) 3,69 за предпочитащите работа за друг), те имат по-силно желание за бизнес при ресурси и възможности (6,12 с/у 4,79), изпитват по-голямо удовлетворение от предприемачеството като алтернатива (5,99 с/у 4,38), оценяват много по-убедено, че предприемачеството ще им донесе повече изгоди (5,79 с/у 4,45), имат по-силно желание за възможности, носещи им финансови изгоди (6,08 срещу 5,41). Като обобщение, студентите, предпочитащи собствен бизнес пред работа за друг работодател са значително по-мотивирани и позитивно настроени към това да се занимават с предприемачество. Обобщената им оценка на позитивните нагласи е 5,92 срещу 4,64 за останалите.

Всички използвани измерители показват, че предприемаческите нагласи на анкетираните студенти са силни и позитивни. Но това само по себе си не е достатъчно, важни са и нагласите за това доколко евентуално бъдещо решение за стартиране на бизнес ще бъде прието и одобрено от най-близките до индивида хора - семейството, приятелите и колегите. Подкрепата на хората около него, съчетана с вярата в собствените сили, ще помогне позитивните нагласи да доведат до намерения и в последствие до реални

действия. Резултатите от изследването са представени в таблица 5. Нагласите са определено позитивни, всички дават много високи оценки на очакваното одобрение от семейството, колегите и приятелите. Средните оценки са 6,02 за нагласите за семейната подкрепа, 5,80 за подкрепата от приятелите и 5,54 – от колегите. На основа на трите компонента на фактора „субективни норми“, изразяващ очакваната подкрепа от страна на семейство, приятели и колеги при решение за стартиране на собствен бизнес, е изчислена обобщаваща средна величина. Тя е доста висока 5,78 както за всички студенти, така и по основните групи според пол, възраст, образователно ниво, форма на обучение, предприемачески опит на родителите. Различията по групи са сравнително малки и могат да се дължат на статистическа грешка. По интересна е самооценката в двете групи според предпочитаната като основна кариера форма на заетост. Желаетелите предприемаческа кариера оценяват по-високо подкрепата от страна на близките до него хора от предпочитаните наемна заетост (5,96 с/у 5,14).

**Таблица 5**

**Средни оценки на нагласите за одобрението от семейство и приятели на стартиране на собствен бизнес**

Показатели	Одобрение от семейство	Одобрение от приятели	Одобрение от колеги
<b>Обобщени показатели</b>			
Общо за всички	6,02	5,80	5,54
<b>По образователна степен</b>			
Бакалаври	6,07	5,90	5,62
Магистри	5,91	5,59	5,36
<b>По пол</b>			
Мъже	5,98	5,59	5,54
Жени	6,04	5,95	5,54
<b>По форма на обучение</b>			
Редовно обучение	6,16	5,87	5,64
Дистанционно и задочно обучение	5,89	5,73	5,45
<b>По семейно положение</b>			
Несемеен/а	6,11	5,83	5,59
Семеен/а без деца	6,15	5,77	5,23
Семеен/а с деца	5,62	5,69	5,50
<b>Според наличието на предприемачески опит на родителите</b>			
Родител/и с предприемачески опит	6,14	5,90	5,65
Родител/и без предприемачески опит	5,84	5,65	5,38
<b>Според възрастовата група на лицата</b>			
До 25 години	6,16	5,87	5,60
Над 25 години	5,58	5,58	5,36

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*



За да се формират предприемачески намерения, освен изведените дотук детерминанти, водеща роля играе и самооценката за т.нар. „възприет поведенчески контрол“, т.е. доколко лицата се чувстват готови да стартират бизнес. За оценката на нагласите са избрани 6 компонента. Тук са включени подготвеността за регистрация на фирма, нейното успешно управление, икономическа и управленска компетентност, готовност за носене на риск и отговорност, работа в условия на стрес и напрежение, умения за успешно реализиране на идеите. Използвана е 7 степенна скала на оценяване, от най-ниска до най-висока. Част от резултатите по различни групи респонденти са представени в таблици 6 и 7.

Таблица 6

**Компоненти и оценка на „възприетия поведенчески контрол“  
(общо, според образованието, пола и семейния статус на лицата)**

Показатели	Според образованието		Според пола		Според семейния статус		
	Бакалаври	Магистри	мъже	жени	несемейни	семейни без деца	семейни с деца
Знания за регистрация на фирмата	5,67	5,14	5,59	5,42	5,54	5,08	5,54
Готовност за успешно управление на фирмата	5,00	4,55	4,80	4,88	4,77	4,77	5,15
Икономически и управленски знания	4,83	4,50	4,84	4,63	4,68	4,46	5,00
Поемане на разумен риск и носене на отговорност	5,67	5,23	5,66	5,42	5,54	5,38	5,54
Работа в условия на стрес и напрежение	5,92	5,84	5,88	5,91	5,91	5,92	5,81
Умения за успешна реализация на идеите	5,88	5,50	5,89	5,64	5,69	5,69	6,00

Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)

Таблица 7

**Компоненти и оценка на „възприетия поведенчески контрол“  
(според възрастовата структура, форма на обучение и предприемаческия опит на родителите)**

Показатели	Според опита на родителите		Форма на обучение		Възрастови групи	
	С опит	Без опит	Ред.	Дист./3 ад.	До 25	Над 25
Знания за регистрация на фирмата	5,68	5,24	5,59	5,41	5,48	5,52
Готовност за успешно управление на фирмата	5,01	4,62	4,98	4,73	4,79	5,03
Икономически и управленски знания	4,87	4,51	4,85	4,61	4,68	4,85

Поемане на разумен риск и носене на отговорност	5,65	5,35	5,72	5,35	5,49	5,61
Работа в условия на стрес и напрежение	6,06	5,65	6,02	5,79	5,89	5,91
Умения за успешна реализация на идеите	5,91	5,53	5,95	5,58	5,69	5,94

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

Като цяло студентите оценяват високо пригодността си да стартират и успешно управляват бъдещ собствен бизнес. Те оценяват сравнително високо знанията си за успешно регистриране на фирма (5,49). Считат, че са готови и могат да работят в условия на стрес и напрежение (5,89). Вярват, че имат необходимите умения да доведат идеите си до успешна реализация (5,75). Оценяват високо уменията си за поемане на риск и носене на отговорност (5,52). Малко по-песимистично, но въпреки това достатъчно убедено приемат, че могат успешно да управляват бизнеса си (4,85). Макар и малко колебливо, те са убедени, че имат достатъчно икономически и управленски знания, необходими им за бизнеса им (4,72). Комплексната оценка на „възприетия поведенчески контрол“, характеризиращ самооценката на респондентите за уменията им да стартират и управляват успешно собствен бизнес е 5,37.

Самооценката на възприетия поведенчески контрол, измерена чрез обобщаващата оценка е висока и по отделните групи респонденти. Мъжете и жените имат сходна самооценка (съответно 5,44 и 5,32). Студентите с родители предприемачи имат чувствително по-висока самооценка за успешно справяне с бизнеса (5,53 с/у 5,15) от децата на родители без опит в бизнеса. Те имат по-високи оценки по всички 6 компонента. По аналогичен начин студентите бакалаври имат по-висока самооценка от магистрите (5,49 с/у 5,13), редовните пред дистанционните и задочни студенти (5,52 с/у 5,24), студентите над 25 г. спрямо тези до 25 г. (5,47 и 5,34). Сравнително разнопосочни средни оценки имат семейните студенти. Най-висока оценка на пригодността си за бизнес дават семейните с деца (5,51) пред несемейните (5,35) и семейните без деца (5,22).

Високата самооценка на способността им за стартиране и успешно управление на бизнеса от предпочиташите самозаетост студенти, малко се разминават с тяхната оценка за ролята на Икономически университет за формиране на необходимите им за това знания, умения и среда (табл.8). Резултатите от това изследване са обработени по различни критерии, като тук са представени само общите и оценките на двете групи, предпочиташите предприемаческа кариера и привържениците на кариера на наеман персонал. „Потенциалните предприемачи“ дават значително по-ниски оценки на Икономически университет в сравнение с лицата, предпочиташа работа за други. Те оценяват по-слабо получените знания за успешно стартиране на бизнеса (3,83), за растеж и управление (3,92), определено са по-скептични за ролята на ИУ за бъдещо повишаване на квалификацията им и за квалифицирана консултантска помощ. Сравнително положително следва да се приеме оценката им за създавания положителен имидж на предприемачеството в процеса на обучението.

Таблица 8

**Оценка ролята на Икономически университет при формиране на знания, умения и подходяща среда за мотивиране на студентите за собствен бизнес**

Показатели	Средна оценка	Според предпочитания на тип заетост	
		Предпочитана наемна заетост	Предпочитана самозаетост
Оценка на получените знания и умения от ИУ за успешно стартиране на бизнес	3,90	4,14	3,83
Оценка на получените знания и умения от ИУ за растеж и развитие на бизнеса	3,95	4,07	3,92
Оценка на формирането на положителен имидж на предприемачеството	4,13	4,07	4,15
Оценка на ролята на ИУ за бъдещо повишаване на квалификацията	4,08	4,48	3,96
Достъп до квалифицирана консултантска помощ от преподаватели	4,23	4,34	4,20
Запознанство с успешно стартирали бизнес по време на обучението	3,39	3,45	3,37

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

### **Заклучение**

Направеното изследване на основа на теорията за планираното поведение показва, че студентите от изучаваните специалности имат позитивни предприемачески нагласи, високо очакване за подкрепа от най-близките им лица при решение за стартиране на бизнес, висока самооценка на знанията и уменията си за успешно стартиране и управление на такъв бизнес. Направен е корелационен анализ между трите основни детерминанта и предприемаческите намерения, като е установена положителна връзка. Най-силно влияние върху намеренията им за стартиране на собствен бизнес има фактора „предприемачески нагласи“ – 0,507 (значителна корелация), следван от фактора „субективни норми“ – 0,33 (умерена корелация) и фактора „възприет поведенчески контрол“ - слаба корелация (0,26).

Изследването потвърди концептуалния модел и валидността му. Посредством обучението може да се повишава позитивното отношение на студентите към собствен бизнес, т.е. да се влияе върху предприемаческите им нагласи. Това води и до повишаване на увереността на студентите, че могат успешно да стартират и управляват собствен бизнес, т.е. да се влияе върху техния „възприет поведенчески контрол“. Всичко това, съчетано с подкрепата на близките им лица (семейство, приятели и колеги) ще въздейства върху предприемаческите им намерения и оттам, върху бъдещото им поведение.

Интересен аспект в проучването се оказа оценката от страна на студентите за ролята на Икономически университет за подготовката им и подпомагането им при бъдеща предприемаческа кариера. По-слабите оценки от страна на интересуващите се от собствен бизнес, определено са притеснителни. Те показват, че следва да се работи още повече за практическата приложимост на обучението и за формиране на умения. Студентите не са убедени достатъчно в нивото на експертност на своите преподаватели. Всички са еднородни, че по време на следването не са срещнали достатъчно успешно стартирали

собствен бизнес лица. Това е посока, в която може да се работи в обучението, чрез привличане на повече хора от практиката. От друга страна, студентските организации и клубове по интереси могат да осигуряват повече срещи с предприемачи. Всички посочени резултати, могат да се разглеждат и от друга гледна точка. Прави впечатление, че студентите, които не се интересуват от предприемаческа кариера, дават значително по-високи оценки на ролята на ИУ и на преподавателите, в цялостния процес на подготовка за успешен бизнес. Те могат да се разглеждат като своеобразна контролна група. През последните години, нараства negliжирането и подценяването на лекционните и семинарни занятия, влошава се мотивираността на студентите и нивото им на подготвеност. Като практика, по-малко заангажиране в учебния процес показват хората, които имат паралелна трудова заетост, наред с обучението. Затова, може да се направи предположение, че частично по-слабите оценки на ИУ и обучението, могат да се обяснят и с неизползването на неговия потенциал от много от студентите, заинтересовани от собствен бизнес. Това е също посока, в която следва да се работи – повишаване изискванията, както и стремеж за подобряване на мотивацията на студентите.

### **Използвана литература**

1. Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, vol. 50, pp. 179-211
2. Пантелеева, И., Варамезов, Л., Найденов, С., Иванов, Й., Николов, Е., Станев, Я., Иванов, И., Биолчева, П., Калпачев, С., Костов, И., Боев, Б., Сабри, А., Вранчев, К., Вранчев, Б., Николова, Д. (2021). Изследване на отношението към предприемачеството и нагласата за стартиране на собствен бизнес на студентите от СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна, *Алманах научни изследвания. СА Д. А. Ценов - Свищов*, 2021, бр.29, с.48-81
3. Петров, И., Якова, Т., Шинева, Р. (2008) Студентските предприемачески нагласи и намерения : Изследване, анализ и интерпретация. Варна : Наука и икономика, 2008, 174 с.

### **Информация за контакт с автора:**

*доц. д-р Иван Йорданов Петров*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустиален бизнес и логистика“*

*E-mail: ivan\_petrov@ue-varna.bg*

**ВРЪЗКИ НА СТЕПЕНТА НА ПОЛЕЗНОСТ НА ДИСЦИПЛИНИТЕ  
(СПОРЕД СТУДЕНТИТЕ) С НЯКОИ АСПЕКТИ НА РЕАЛИЗАЦИЯТА  
(БРОЙ НА ЗАЕТИТЕ ЛИЦА) НА ЗАВЪРШИЛИТЕ СТУДЕНТИ  
СПЕЦИАЛНОСТИ „ЛОГИСТИКА“ И „ЛОГИСТИЧЕН МЕНИДЖМЪНТ“**

*проф. д-р Юлиан Василев<sup>1</sup>, доц. д-р Пламена Милушева<sup>2</sup>*

*<sup>1,2</sup>Икономически университет – Варна*

**RELATIONS OF THE DEGREE OF USEFULNESS OF THE DISCIPLINES  
(ACCORDING TO THE STUDENTS) WITH SOME ASPECTS OF THE  
REALIZATION (NUMBER OF EMPLOYED PEOPLE OF THE GRADUATED  
STUDENTS MAJORITIES "LOGISTICS" AND "LOGISTICS MANAGEMENT"**

*Prof. Julian Vassilev, PhD<sup>1</sup>, Assoc. Prof. Plamena Milusheva, PhD<sup>2</sup>*

*<sup>1,2</sup>University of Economics – Varna, Bulgaria*

**Резюме**

В доклада са представени някои резултати от анкетно проучване сред завършили студенти специалности "Логистика", "Стопанска логистика" и "Логистичен мениджмънт". Цел на доклада е установяване на връзки и зависимости между степента на полезност на дисциплините (според студентите) с някои аспекти на реализацията на завършилите студенти (брой на заети лица) от тези специалности. Използвани са статистически методи – едномерни, двумерни разпределения, корелации, анализ на структури и др.

**Ключови думи:** *полезност, удовлетвореност*

**JEL Класификация:** *I20*

**Abstract**

The paper presents some results of a survey among graduates of "Logistics", "Business Logistics" and "Logistics Management" majors. The purpose of the report is to establish connections and dependencies between the degree of usefulness of the disciplines (according to the students) with some aspects of the realization of the graduated students (number of employed people) of these specialties. Statistical methods were used - one-dimensional, two-dimensional distributions, correlations, analysis of structures, etc.

**Keywords:** *usefulness. satisfaction*

**JEL Classification:** *I20*

Поддържане на информация за реализация на завършилите студенти е важно както за процедури за акредитация, така и за информация на водещата катедра, осигуряваща обучението. Цел на доклада е установяване на връзки и зависимости между степента на полезност на дисциплините (според студентите) с някои аспекти на реализацията на завършилите студенти (брой на заети лица) от тези специалности.

Основното допускане в труда е, че не съществува връзка между степента на полезност от изучаваните дисциплини и броя на заетите лица във фирмите, в които интервюираните студенти работят. Използвани са статистически методи – едномерни, двумерни разпределения, корелации, анализ на структури и др. Целта на проведените анализи (представени в настоящия доклад) е да се потвърди или отхвърли направеното допускане.

Проведено е анкетно проучване сред завършили студенти специалности "Логистика", "Стопанска логистика" и "Логистичен мениджмънт". Брой на изпратените анкети: 100. Получени отговори: 55. Метод за набиране на данните: анкета, създадена в Google Forms.

Въпрос 7 е зададен по следния начин „Според Вас в каква степен дисциплините, които изучавахте в ИУ Варна, са полезни в настоящата Ви работа?“. Отговорите са дадени в пет степенна скала (от 1 до 5), като „1“ е „много ниска“, а 5 е „много висока“. Оценката за полезност се дава след като студентите са започнали работа.

Целта е да се открият зависимости между степента на полезност от изучаваните дисциплини и брой на заетите лица;

**Таблица 1**

**Отговори на въпрос 7, свързан със степента на полезност на изучаваните дисциплини**

Посочен отговор	Процент
1	5.9
2	11.8
3	37.3
4	23.5
5	21.6
<b>Общо</b>	<b>100.0</b>

*Източник: Собствени изчисления*

Отговорите са дадени в пет степенна скала (от 1 до 5), като „1“ е „много ниска“, а 5 е „много висока“.

Най-често даваният отговор (статистическа мода) е „3“, което е средата на скалата /неутрална степен/.

Коефициентът на корелация между „месечното възнаграждение – сега“ и „полезността на дисциплините“ не е статистически значим при равнище 0.05. Коефициентът на корелация между „месечното възнаграждение – сега“ и „време за намиране на работа“ не е статистически значим при равнище 0.05.

**Таблица 2**

**Отговори на въпрос Q4.4 “Брой заети лица”**

Брой заети лица	Процент
до 50	37.5
50 - 100	12.5
100-150	6.3
над 150	43.8
<b>Общо</b>	<b>100.0</b>

*Източник: Собствени изчисления*

Таблица 3

Кръстосана таблица между „полезността на дисциплините“ (Q7) и „брой заети лица“ (Q4.4) в % (общо от всички).

		Брой заети лица				
		до 50	50-100	100-150	Над 150	Общо
Степен на полезност	1	3.125 %	0.000 %	3.125 %	0.000 %	6.250 %
	2	0.000 %	6.250 %	0.000 %	3.125 %	9.375 %
	3	21.875 %	3.125 %	0.000 %	9.375 %	34.375 %
	4	3.125 %	3.125 %	0.000 %	9.375 %	15.625 %
	5	9.375 %	0.000 %	3.125 %	21.875 %	34.375 %
<b>Общо</b>		37.500 %	12.500 %	6.250 %	43.750 %	100.000 %

Източник: Собствени изчисления

Коефициентът на контингенцията ( $r=0.649$ ,  $n=32$ ,  $p<0.05$ ) показва, че има умерена зависимост. Хора с висока степен на удовлетвореност, обикновено работят в големи фирми. Хора с неутрална удовлетвореност, обикновено работят в малки фирми. В таблица 3 са маркирани двете най-високи стойности. Те открояват най-големите групи от хора според двете категории (полезност и брой заети лица).

Таблица 4

Кръстосана таблица между „полезността на дисциплините“ (Q7) и „брой заети лица“ (Q4.4) в (общо по редове)

		Брой заети лица				
		до 50	50-100	100-150	Над 150	Общо
Степен на полезност	1	50.000 %	0.000 %	50.000 %	0.000 %	100.000 %
	2	0.000 %	66.667 %	0.000 %	33.333 %	100.000 %
	3	63.636 %	9.091 %	0.000 %	27.273 %	100.000 %
	4	20.000 %	20.000 %	0.000 %	60.000 %	100.000 %
	5	27.273 %	0.000 %	9.091 %	63.636 %	100.000 %
<b>Общо</b>		37.500 %	12.500 %	6.250 %	43.750 %	100.000 %

Източник: Собствени изчисления

Структурата на респондентите според големината на фирмата е дадена на последния ред в таблицата. Маркирани са най-големите стойности по редове. Тази структура съществено се различава за хората с различна удовлетвореност от обучението. 43.75% от респондентите работят в предприятия с над 150 души, но тази структура (дадена на последния ред в таблицата) се различава за хора с ниска степен на удовлетвореност. Те предпочитат да работят във фирми със сравнително малко на брой хора.

Таблица 5

**Кръстосана таблица между „полезността на дисциплините“ (Q7)  
и „брой заети лица“ (Q4.4) в (общо по колони)**

		Брой заети лица				
		до 50	50-100	100-150	Над 150	Общо
<b>Степен на полезност</b>	1	8.333 %	0.000 %	50.000 %	0.000 %	6.250 %
	2	0.000 %	50.000 %	0.000 %	7.143 %	9.375 %
	3	58.333 %	25.000 %	0.000 %	21.429 %	34.375 %
	4	8.333 %	25.000 %	0.000 %	21.429 %	15.625 %
	5	25.000 %	0.000 %	50.000 %	50.000 %	34.375 %
<b>Общо</b>		100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %

*Източник: Собствени изчисления*

Последната колона показва структурата на респондентите според удовлетвореността. Маркирани са най-високите стойности във всяка колона. Преобладават хората с неутрална и висока удовлетвореност. Тази структура се различава съществено за хора, работещи в предприятия с различен брой лица.

#### **Заклучение**

Основното допускане, формулирано в началото на труда, не беше потвърдено. Установи се, че в предприятия с над 150 лица работят предимно хора с висока удовлетвореност. В предприятия с нает персонал до 50 души работят хора предимно с неутрална степен на удовлетвореност.

#### **Информация за контакт с авторите:**

*проф. д-р Юлиан Василев*

*Икономически университет – Варна, катедра „Информатика“*

*E-mail: vasilev@ue-varna.bg*

*доц. д-р Пламена Милушева*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустиален бизнес и логистика“*

*E-mail: plammena@ue-varna.bg*



**КАРИЕРНИ НАГЛАСИ ЗА ПЛАТЕНА НАЕМНА ЗАЕТОСТ И/ИЛИ СОБСТВЕН  
БИЗНЕС СРЕД СТУДЕНТИТЕ В СФЕРАТА НА ИНДУСТРИЯТА  
ОТ ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**

*доц. д-р Иван Петров  
Икономически университет – Варна*

**CAREER ATTITUDES FOR WAGE EMPLOYMENT AND/OR OWN BUSINESS  
AMONG STUDENTS IN THE INDUSTRY  
FROM THE UNIVERSITY OF ECONOMICS – VARNA**

*Assoc. Prof. Ivan Petrov, PhD  
University of Economic – Varna, Bulgaria*

**Резюме**

Докладът представя резултатите от проучване сред настоящи студенти от специалности „Индуриален бизнес и предприемачество“, „Логистика“, „Бизнес икономика“, „Корпоративен бизнес и управление“, „Управление на проекти“ и „Логистичен мениджмънт“, насочено към кариерните им нагласи и намерения. Изследвани са предпочитанията към собствен бизнес и наемна заетост, количествена оценка на всяка алтернатива, както и вероятността за стартиране на собствен бизнес веднага след дипломиране. Резултатите са представени общо за всички студенти и по отделни групи по пол, възрастова структура, образователна степен, форма на обучение, семейно положение, предприемачески опит на родителите.

**Ключови думи:** кариерни нагласи, наемна заетост, самозаетост  
**JEL Класификация:** J24, L26, M13

**Abstract**

The report presents the results of a survey among current students of Industrial Business and Entrepreneurship, Logistics, Business Economics, Corporate Business and Management, Project Management and Logistics Management, focused on their career attitudes and intentions. Preferences for owning their own business and salaried employment, a quantitative assessment of each alternative, and the likelihood of starting their own business immediately after graduation were examined. The results are presented for all students overall and for individual groups by gender, age structure, level of education, form of study, marital status, and parents' entrepreneurial experience.

**Key words:** career attitudes, wage employment, self-employment  
**JEL Classification:** J24, L26, M13

**Цели и обхват на проучването на кариерните нагласи на студентите**

Изследването на кариерните и предприемаческите нагласи и намерения на студентите от бакалавърска и магистърска степен във всеки университет е изключително важно за формирането на коректна оценка за качеството на обучението, както и за осигуряване на неговото адаптиране към потребностите на практиката и дипломиращите се. Финансирането на научно-изследователски проекти, организирането на специализирани проучвания и провеждането на юбилейни научни, научно-приложни конференции, кръгли маси по проблеми на практиката и обучението насърчи много изследователи да правят проучвания за реализацията на настоящи и бивши студенти, както и тяхната

оценка за проведеното обучение. Такива резултати бяха представени на научно-практическа конференция през 2017 и 2022 г. за изследване сред бивши студенти в специалности по логистика от Икономически университет Варна (Василев, Милушева, 2017; Василев, Милушева, 2022). През 2008 г. е проведено цялостно изследване на предприемаческите нагласи и намерения на студентите в Икономически университет Варна, на база на което е публикувана монография (Петров, Якова & Шинева, 2008).

В настоящия доклад представяме резултатите от собствено изследване, проведено през учебната 2022-2023 г. на предприемаческите и кариерните нагласи и намерения сред действащите студенти в специалности, свързани с индустрията в Икономически университет. Включени са специалности, администрирани от катедра „Индустириален бизнес и логистика“, както и такива, в обучението на които сериозно участие имат преподаватели от катедрата. Анкетирани са студенти от бакалавърските специалности „Индустириален бизнес и предприемачество“, „Логистика“ и „Бизнес икономика“, и магистърските – „Корпоративен бизнес и управление“, „Логистичен мениджмънт“ и „Управление на проекти“. Проучването е направено чрез анкетна карта, генерирана в Goggle Form, популяризирана посредством съобщения чрез платформата за електронно обучение на Икономически университет <https://e-learn.ue-varna.bg/> в процеса на обучението. Включени са общо 132 студенти, от които 88 от обучаващи се в бакалавърска и 44 в магистърска степен. Половата структура на респондентите е с малък приоритет на жените – 76 жени и 56 мъже. Възрастово респондентите са основно във възрастова група от 20 до 25 години – 74.2%. Разпределението на останалите възрастови групи е както следва: до 20 години – 0.8%, от 26 до 30 години -9,1% ; от 31 до 35 са 4,4% и групата над 35 години са 15.6% от респондентите. От гледна точка семейно положение преобладават несемейните 70,5% пред семейните 29,5%.

Целта на настоящия доклад е анализ на резултатите от изследването, отнасящи се нагласите и намеренията на студентите към платена наемна заетост и/или самозаетост. Предприемачеството и нагласите за собствен бизнес тук са разгледани само като сравнителна кариерна алтернатива, те са предмет на друг доклад.

За реализация на целта са поставени следните основни задачи:

1. Анализ и оценка на кариерните предпочитания на студентите към платена наемна заетост, съпоставени с алтернативна заетост в собствен бизнес.
2. Анализ и оценка на вероятностите за стартиране на собствен бизнес и/или платена наемна заетост след дипломирането, както и евентуални преходи от една към друга алтернатива.

### **Основни резултати от проучването**

Резултатите от изследването са въведени и обработени чрез използване на статистическия продукт SPSS 17. Използвани са инструменти на дескриптивната статистика, кростаблици, мода, средни величини и сравнението им сред различни групи респонденти. Поради малкия брой на анкетирани не е правена проверка и доказване на статистически хипотези, но са изследвани специфичните особености в отговорите на различните групи респонденти според образователна степен, форма на обучение, пол, възраст, семейно положение, наличие на предприемачески опит на родителите и др.

За сравнителна оценка на кариерните предпочитания на респондентите са използвани два подхода, основен и модифициран. При основния подход са разграничени 4 кариерни алтернативи – 1) наемен служител; 2) за начало наемен служител, но стартиране на собствен бизнес в бъдеще; 3) собствен/семеен бизнес и 4) паралелно наемна заетост със собствен бизнес. Този подход позволява от една страна да се изведат диференцирано кариерните предпочитания на респондентите, а от друга, дава възможности за модифициране и обединяване (сумиране) на отговорите по избрани признаци. Модифицираният

подход извежда потенциала на прехода от една към друга бъдеща кариера, особено чрез евентуално стартиране или включване в съществуващ семеен бизнес.

Резултатите от изследването общо за всички респонденти и по няколко основни разреза са представени на фиг.1 и в таблица 1. Като цяло, може да се приеме, че обучаемите са силно привлечени от предприемачеството като основна кариера. Огромната част от студентите се виждат като заети със собствен бизнес - 93,2%, макар че като единствена алтернатива това е посочено от 37,9 % от респондентите. Твърдо желание за кариера като наеман служител имат само 6,8%, но желание за съвместяване на платена наемна заетост и самозаетост показват общо 55,3% от всички студенти.



**Фигура 1. Кариерни предпочитания на респондентите**

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

Представените резултати по различни разреза в обобщена кростаблица (табл.1) потвърждават общите тенденции, но позволяват да се изведат някои специфични и интересни особености в дълбочина. От гледна точка образователно ниво, по-силно желание за собствен бизнес като единствена алтернатива виждат бакалаврите пред магистрите (46,58% срещу 20,46%), мъжете пред жените (46,43% и 31,58%), децата на родители предприемачи пред останалите (46,43% и 31,58%), редовните пред дистанционни и задочни студенти (52,46% и 25,35%), несемейните пред семейните (45,16% и 20,51%). Обратна тенденция има в предпочитанията към наемна заетост като единствена алтернатива. Тя се предпочита от по-голям дял на магистрите пред бакалаврите (11,36% с/у 4,55%), жените пред мъжете (7,89% с/у 5,36%), децата на наемни служители пред децата на предприемачи (9,05% с/у 5,19%), семейните пред несемейните студенти (15,38% с/у 3,23%), редовните пред дистанционно и задочно обучаващи се студенти 8,45% с/у 5,19%).

Таблица 1

**Структура на кариерните предпочитания на респондентите по образователна степен, пол и предприемачески опит на родителите**

	По образователна степен (%)		По пол (%)		Родителски опит в бизнес (%)	
	бакалаври	магистри	мъже	жени	с опит	без опит
Наемен служител	4,55	11,36	5,36	7,89	5,19	9,09
За начало наемен служител, но собствен бизнес в бъдеще	44,32	43,18	35,71	50,00	33,77	58,18
Собствен/семеен бизнес	46,58	20,46	46,43	31,58	51,95	18,18
Наемен служител и собствен бизнес паралелно	4,55	25,00	12,50	10,53	9,09	14,55
Общо	100,0	100,0	100,0	100,0	100,00	100,00

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

Таблица 2

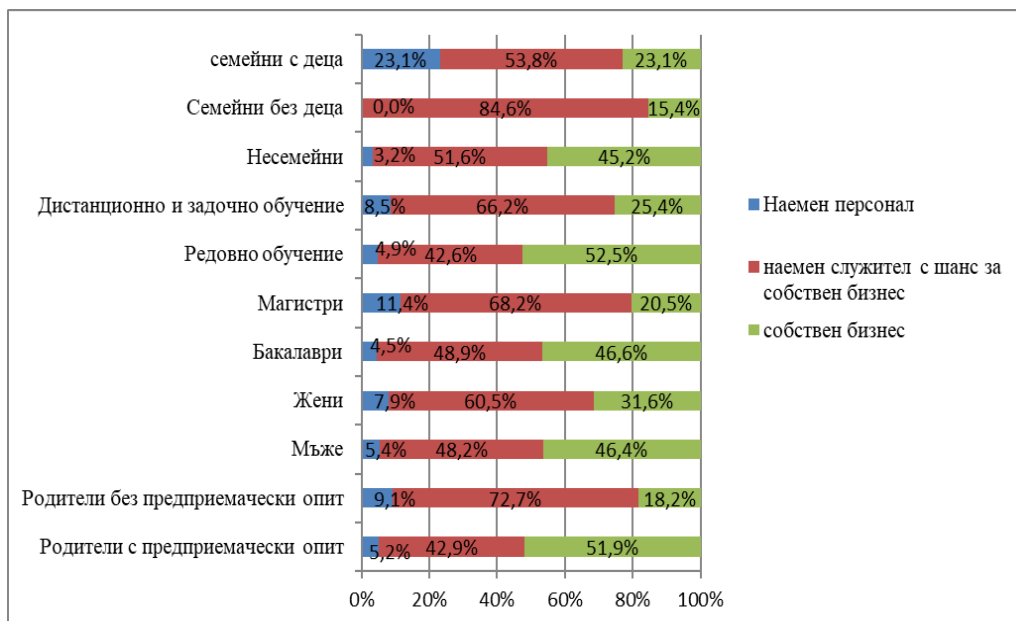
**Структура на кариерните предпочитания на респондентите по форма на обучение, семейно положение, наличие на деца**

Показатели	По форма на обучение (%)		Семейно положение (%)		Деца (%)	
	редовно	Дистанц./ задочно	Несем.	Сем.	Без деца	С деца
Наемен служител	4,92	8,45	3,23	15,38	2,83	23,08
За начало наемен служител, но собствен бизнес в бъдеще	40,98	46,48	47,31	35,90	47,17	30,77
Собствен/семеен бизнес	52,46	25,35	45,16	20,51	41,51	23,08
Наемен служител и собствен бизнес паралелно	1,64	19,72	4,30	28,21	8,49	23,08
Общо	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

На основа на получените резултати за кариерните предпочитания е направено обединяване на двата отговора, включващи съчетаване на собствен бизнес с наемна заетост и евентуалната бъдеща замяна на трудови договори със samozаетост. Преизчислените показатели по групи според образователна степен, форма на обучение, пол, опит на родителите, семейно положение са представени на фиг.2. Тук се визуализира дяла на предпочитащите само собствен бизнес или наемна заетост, но този подход е интересен основно с това, че дава възможност да се оценят колебаещите, т.е. потенциала на възможно преминаване към samozаетост в бъдеще. Около 55,3% от всички респонденти, 42,6% от бакалаврите и 68,2% от магистрите, 48,2% от мъжете и 60,5% от жените, 42,9%

от децата на родители с предприемачески опит и 72,7% на родители без опит допускат след работа по трудови договори или паралелно, възможността за стартиране на собствен бизнес.



**Фигура 2. Модифицирани измерители за кариерните нагласи на респондентите (процент на предпочитания на различните кариерни алтернативи)**

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

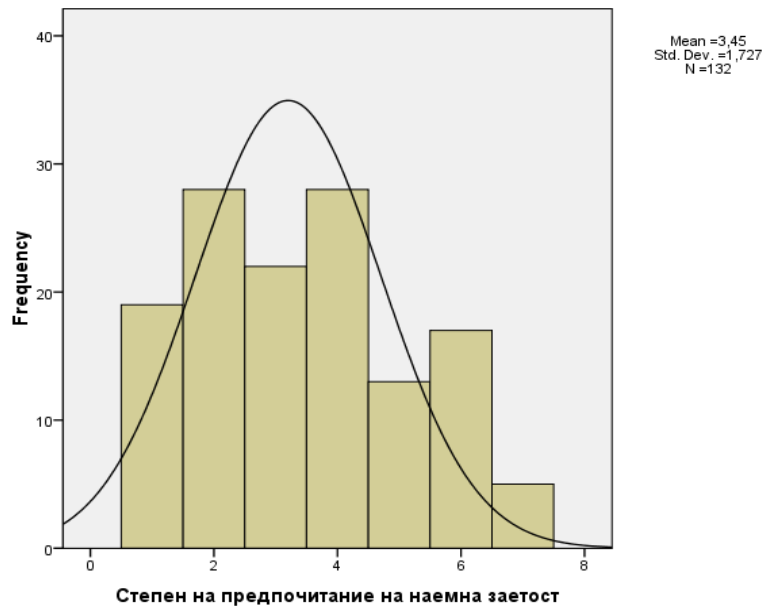
За количествена оценка на кариерните нагласи и предпочитания е използвана 7 степенна скала за измерване на силата на предпочитанията на респондентите. Изведените хистограми на оценките на кариерните предпочитания (фиг. 3 и 4) потвърждават констатациите, че нашите студенти са силно привлечени и предпочитат предприемаческа кариера.



**Фигура 3. Хистограма на оценките за предпочитанията на предпочитанията на предприемаческа кариера**

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

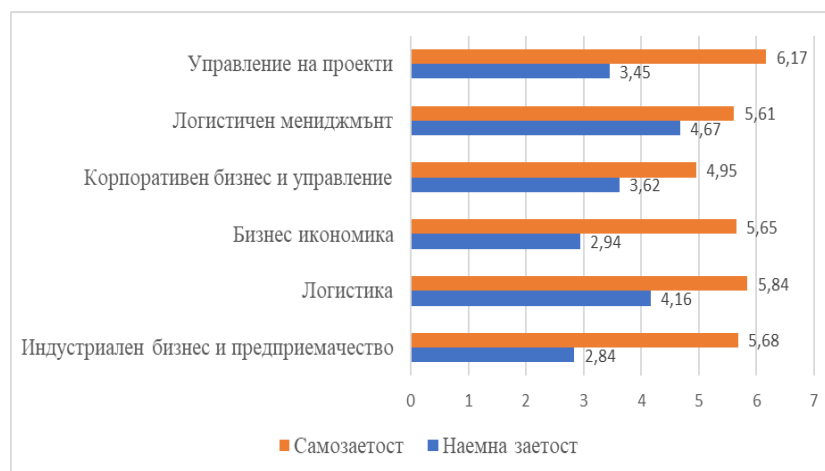
Респондентите дават висока средна оценка на предприемаческата кариера - 5,69, най-масовата оценка е 7 (модата), а медианата 6, показва, че повече от половината от нашите студенти дават оценки на предпочитанията си за собствен бизнес 6 и 7 (62,7%). Оценките за привлекателността на наемната заетост са в лявата половина и центъра на скалата. Средната оценка е 3,45, като най-честите оценки при равен брой респонденти са 2 и 4, а модата е 3.



**Фигура 4. Хистограма на оценките за предпочитанията на наемна заетост**

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

Средните оценки на предпочитанията към двете кариерни алтернативи по специалности са представени на фиг. 5. От бакалавърските специалности най-високо оценяват предпочитанията си към собствен бизнес „Логистика“ (5,84), а от магистърските – Управление на проекти (6,17). Следва да се има предвид прекалено малкия брой на респондентите от „Управление на проекти“, което е предпоставка за статистическа грешка.



**Фигура 5. Средни оценки на самозаетостта и наемната заетост като кариерни възможности по специалности**

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

Средните оценки на предпочитанията към двете кариерни алтернативи според пол, възрастова група, форма на обучение, образователна степен, предприемачески опит на родителите и семеен статус са представени в таблица 3. Сред всички сегменти има отчетливо висока оценка на предпочитанията за предприемаческа кариера. Забелязват се и ясно определени тенденции за по-висока степен на оценяване на предпочитанията към самозаетост на мъжете пред жените (5,73 и 5,49), студентите до 25 години пред тези над 25 години (5,68 и 5,33), редовните пред дистанционните и задочни студенти (5,66 и 5,54), студентите бакалаври пред студентите магистри (5,69 и 5,39), децата на предприемачи пред останалите (5,68 и 5,55). Според семейното положение на респондентите изненадващо най-висока оценка на привлекателност на самозаетостта дават семейните без деца, превишаващи оценката и на несемейните. Точно обратни са тенденциите на средните оценки на привлекателността на наемна заетост. Жените оценяват по-високо работата за някой друг пред мъжете, лицата над 25 години пред тези до 25 години, дистанционните и задочните пред редовните студенти, магистрите пред бакалаврите, студентите с родители без опит в бизнеса пред децата на предприемачи, семейните пред несемейните.

**Таблица 3**

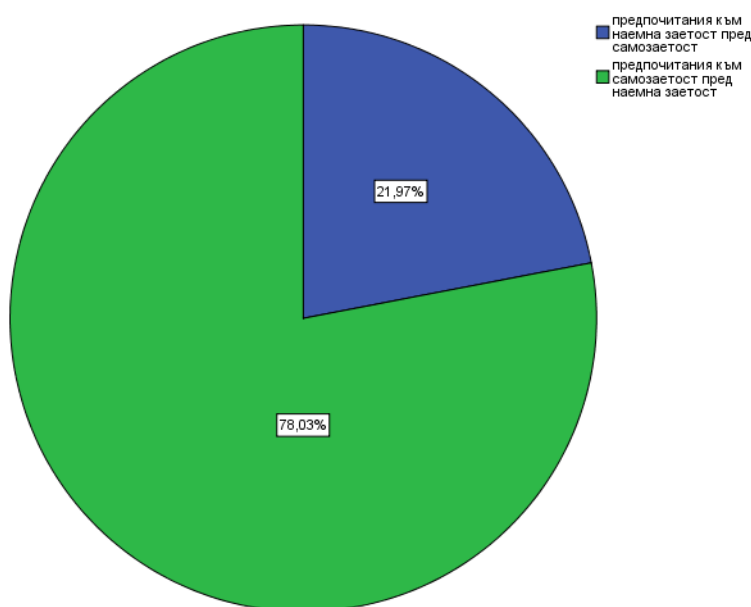
**Средна оценка на предпочитанията за кариерни алтернативи  
сред различни групи респонденти**

	Наемна заетост	Самозаетост	Сравнителни предпочитания
<i>Според пола на лицата</i>			
Мъже	3,16	5,73	1,81
Жени	3,66	5,49	1,50
<i>Възрастови групи</i>			
До 25 години	3,24	5,68	1,75
Над 25 години	4,06	5,33	1,31
<i>Форма на обучение</i>			
Редовно обучение	3,21	5,66	1,76
Дистанционно и задочно обучение	3,65	5,54	1,52
<i>Образователна степен</i>			
Бакалавърска степен	3,13	5,69	1,82
Магистърска степен	4,09	5,39	1,32
<i>Според предприемачески опит на родител/и</i>			
Студенти, с предприемачески опит на родител/и	3,16	5,62	1,78
Студенти, без предприемачески опит на родителите	3,86	5,55	1,44
<i>Според семейното положение</i>			
Несемейни	3,12	5,66	1,81

Семейни/Живеещи на семейни начала без деца	3,85	5,85	1,52
Семейни/Живеещи на семейни начала с деца	4,42	5,23	1,18

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

На основа на средните оценки на привлекателността на предприемаческата и наемната заетост е определен коефициент на сравнителна привлекателност. Този показател носи допълнителна информация относно кариерните предпочитания на респондентите, защото той противопоставя двете кариерни алтернативи. По всички критерии сред всички групи има измерен коефициент над 1, показващ значително по-високи оценки за предпочитания на самозаетост пред наемна заетост. Сред различните групи правят впечатление много високите равнища на сравнителна привлекателност на самозаетостта при мъжете (1,81), студентите под 25 години (1,75), студентите бакалаври (1,82), децата на предприемачи (1,78) и несемейните (1,81).



**Фигура 6. Процентно разпределение на студентите според сравнителната привлекателност на предприемаческа кариера или наемна заетост**

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

Средните оценки, обаче, въпреки полезността им за извеждане на общите състояния и трендове не показват разнообразието сред респондентите. Затова, според оценките за предпочитанията си към двете кариерни алтернативи и определената на тяхна основа сравнителна привлекателност на предприемачеството пред наемната заетост студентите са обединени в 2 групи – на предпочитащите повече предприемаческата алтернатива и на предпочитащи наемна заетост (фиг. 6). Така се потвърждават общите констатации, но се установява, че приблизително 1 от всеки 5 студенти, предпочита повече работата за някой друг (21,97%). Въпреки по-малкия им дял и брой, това са 10 от 61 студента редовно обучение и 19 от 52 дистанционни и задочни студенти. Сред тях има повече магистри 17 от бакалаврите 12, повече жени 21 при 8 мъже, повече несемейни 16 пред 13 семейни. Не е изненадващо, че повече студенти с родители без предприемачески опит са в тази група (16), но тук следва да се отбележи, че 13 от общо 77 деца на предприемачи предпочитат



работата за друг, вместо за себе си. Трудностите в бизнеса, видян от позицията на децата на предприемачи са обезсърчили 17% от тях да предпочитат тази кариерна алтернатива.

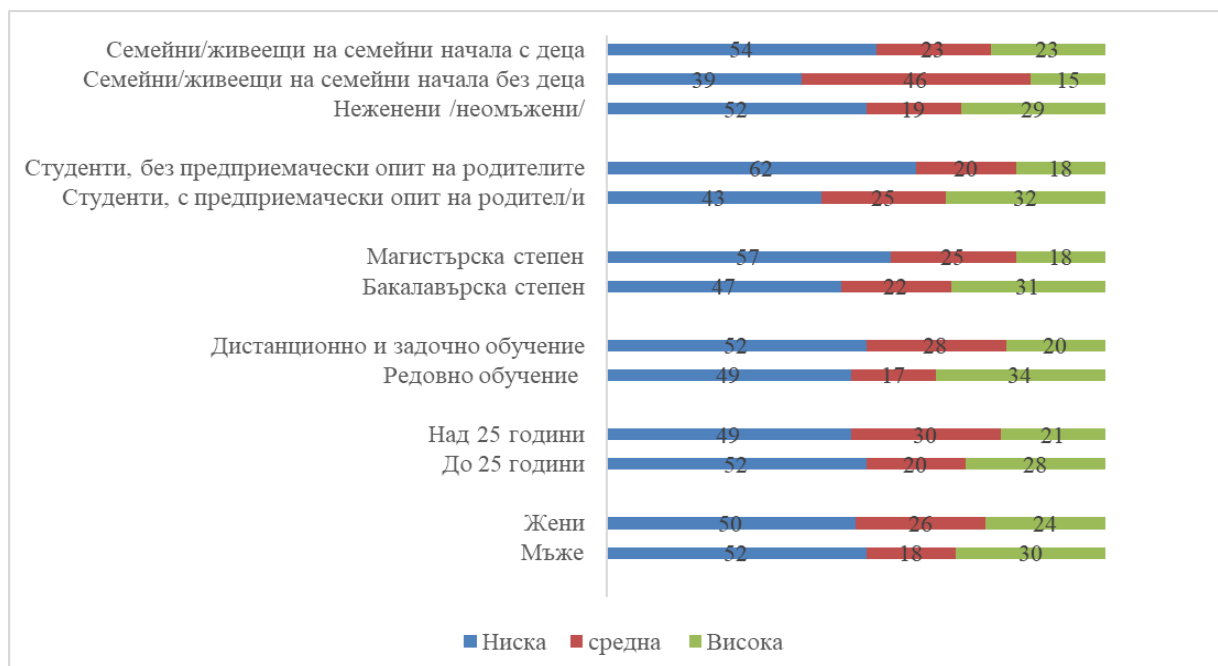
Изложените дотук резултати по убедителен начин показват предпочитанията към собствен бизнес сред огромната част от нашите студенти. Могат да се търсят различни обяснения на тези резултати, една от посоките на които са поведенчески и имиджови мотиви. Доколкото предприемачеството и собственият бизнес са синоним на успех, може да се допусне стремеж за представяне в по-благоприятна от гл. т. очакванията на общността позиция.

Затова, в изследването ни са предвидени и редица аспекти на самооценка от страна на респондентите на очакваните бъдещи действия като измерители на реалистичността на декларираните нагласи и намерения. Един от тези измерители е вероятността за стартиране на собствен бизнес веднага след дипломирането. Оценката на вероятността е на основата на седемстепенна скала. Резултатите са допълнително прегрупирани и обобщени в три групи – ниска, средна и висока вероятност. Представени са по специалности, пол, възрастова група, форма на обучение, образователна степен, семейно положение (фиг. 7 и 8).



**Фигура 7. Структура на студентите (%) според вероятността за стартиране на собствен бизнес веднага след дипломиране по специалности**

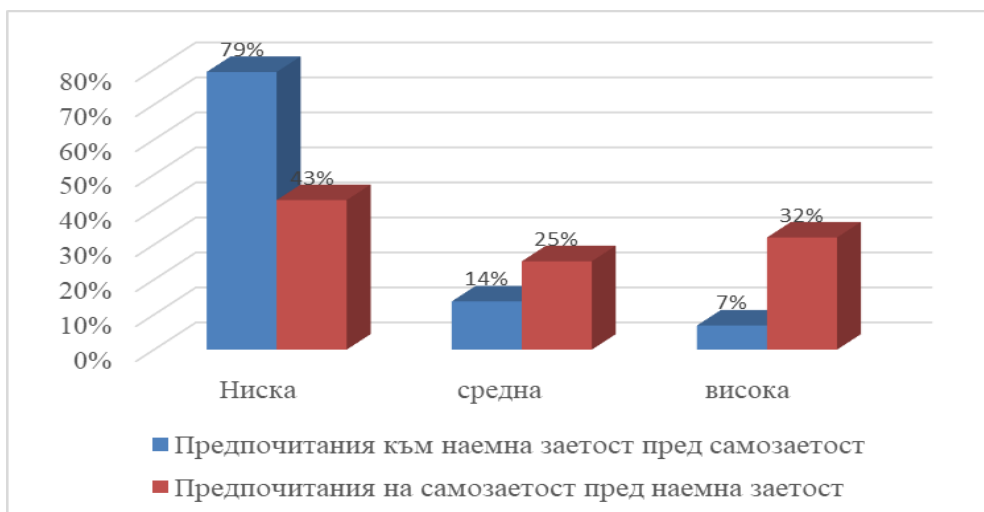
*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*



**Фигура 8. Структура на студентите (%) според вероятността за стартиране на собствен бизнес веднага след дипломиране по групи и различни критерии**

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

Резултатите представят значително по-премерена самооценка на вероятността за стартиране на собствен бизнес веднага след дипломирането, характерна за всички групи по изследваните критерии. По седемстепенната скала, средната оценка, разделяща оценките на ниска и висока вероятност е 4, като студентите оценяват вероятността за стартиране на собствен бизнес след дипломиране 3,77. Това се потвърждава и по отделни групи, включително и в тези с демонстрирана най-сериозни предпочитания към предприемаческа кариера. При мъжете средната оценка е 3,84, при студентите до 25 години – 3,77, при бакалаврите 3,97. Дори и студентите, с родители предприемачи, оценяват вероятността за стартиране на бизнес веднага след дипломирането с оценка 4,05. Окупените резултати, с обобщаване на оценките на ниска, средна и висока вероятност, в още по-голяма степен затвърждават констатациите, че основната част от студентите оценяват ниско вероятността да започнат кариерното си развитие чрез стартиране на собствен бизнес. Това се отнася, както за тези, които предпочитат работата като наеман персонал пред собствен бизнес, така и за предразположените към самозаетост (фиг. 9).



**Фигура 9. Структура на студентите (%) според вероятността за стартиране на собствен бизнес веднага след дипломиране по групи според предпочитанията на кариерна алтернатива**

*Източник: Собствени изчисления (чрез SPSS)*

### **Заклучение**

Като цяло, направеното изследване показва интересни и полезни резултати. Обучението на специалностите, свързани с индустрията в Икономически университет, дава добри кариерни възможности и голяма част от завършилите виждат бъдещето си като собственици на бизнес. Има високо благоразположение и предпочитания към предприемаческа кариера. Независимо от това, голямата част от студентите преценяват, че стартовата им кариера, възможен трамплин към собствен бизнес, е работата им като наеман персонал. Това поставя специфични изисквания към ролята на обучението в Икономически университет. Необходимо е усилията да се насочат от една страна в още по-голяма степен към неговата практическа приложимост, с цел подготовката на висококвалифицирани и с високо ниво на експертиза икономисти. От друга, обучението трябва да помага за увеличаване на степента на подготвеност на нашите студенти за стартиране и успешно управление на собствен бизнес, с цел лесно преодоляване на задържащите вземането на решение фактори.

### **Използвана литература**

1. Василев, Ю., Милушева, П. (2017). Реализация на завършилите студенти специалности „Логистика“, „Стопанска логистика“ и „Логистичен мениджмънт“. Съвременната логистика - бизнес и образование = Modern logistics - business and education: Сборник с доклади, Варна: Наука и икономика, 2017, с. 189 - 195.
2. Василев, Ю., Милушева, П., (2022). Връзки на степента на полезност на дисциплините (според студентите) с някои аспекти на реализацията (месечно възнаграждение и време за намиране на работа) на завършилите студенти специалности „Логистика“ и „Логистичен мениджмънт“. Логистиката в условията на криза: предизвикателства и решения : Сборник с доклади : Кръгла маса, по повод на 15 год. от създаването на специалност „Логистика“ в ИУ - Варна, 28 октомври. 2022 г., Варна : Наука и икономика, 2022, 73-78.
3. Петров, И., Якова, Т., Шинева, (2008). Студентските предприемачески нагласи и намерения: Изследване, анализ и интерпретация. Варна : Наука и икономика, 2008, 174.

**Информация за контакт с автора:**

*доц. д-р Иван Йорданов Петров*

*Икономически университет – Варна, катедра „Индустриален бизнес и логистика“*

*E-mail: [ivan\\_petrov@ue-varna.bg](mailto:ivan_petrov@ue-varna.bg)*

# THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN HUMAN RESOURCE CAREER PLANNING

*Assoc. Prof. Marin Geshkov, PhD  
Dep. Of Industrial Business, UNWE, Sofia*

## **Abstract**

The integration of artificial intelligence (AI) into human resource career planning has emerged as a transformative paradigm. This abstract explores the multifaceted impact of AI on HR career planning processes. AI technologies, including machine learning and data analytics, empower organizations to optimize talent acquisition, employee development, and succession planning. By harnessing AI's predictive capabilities, HR professionals can make data-driven decisions, identify skill gaps, and tailor career paths for employees. This abstract delves into the potential benefits, challenges, and ethical considerations surrounding AI-driven career planning, highlighting the need for a balanced approach that combines technological innovation with human empathy.

**Keywords:** artificial intelligence, career planning, human resources

**JEL:** J24,M12, O33,L86

## **Introduction**

In today's rapidly evolving business landscape, organizations face a multitude of challenges in managing their workforce effectively. Human Resource (HR) departments play a pivotal role in aligning the right talent with organizational goals, fostering employee development, and ensuring a successful career trajectory for each individual. However, traditional approaches to career planning and talent management often struggle to keep pace with the dynamic demands of the modern workplace. The emergence of Artificial Intelligence (AI) presents a groundbreaking opportunity for HR professionals to revolutionize their strategies and streamline career planning processes. AI technologies have penetrated diverse sectors, and the realm of human resources is no exception. As AI continues to advance, HR departments worldwide are harnessing its power to optimize talent acquisition, develop personalized employee learning paths, and create effective succession plans. The purpose of this paper is to explore the application of AI in human resource career planning, delving into its potential benefits and the challenges it brings. Through a comprehensive review of existing literature and real-world case studies, we aim to provide insights into how AI is reshaping HR practices and elevating career planning to unprecedented levels of efficiency and effectiveness (Yawalkar, 2023).

HR professionals faced the daunting task of manually sifting through vast volumes of resumes, assessing candidate suitability, and designing generic career development plans for employees. However, this approach often resulted in inefficiencies, biased decision-making, and missed opportunities to identify high-potential talent. Such limitations not only hindered employee growth but also negatively impacted overall organizational performance.

The advent of AI technology has catalyzed a transformative shift in how HR departments approach career planning and talent management. AI's capacity for data analysis, pattern recognition, and machine learning allows it to process vast amounts of information quickly and accurately. Leveraging AI, HR professionals can now make informed decisions based on data-driven insights, paving the way for more effective talent acquisition, skill development, and employee engagement strategies (Yawalkar, 2023).

The primary aim of this paper is to provide an in-depth examination of the applications of AI in human resource career planning. By exploring various AI-driven solutions, such as automated candidate screening, personalized skills assessments, and dynamic career pathing, we seek to highlight the potential advantages and challenges that organizations may encounter when adopting AI-based approaches.

Additionally, this paper will delve into ethical considerations associated with AI implementation in HR career planning. As AI algorithms rely on historical data, concerns regarding data privacy, algorithmic bias, and fairness become paramount. We will explore these concerns and propose measures to mitigate potential risks, ensuring that AI-based career planning remains transparent, equitable, and secure (Yawalkar, 2023).

While the potential of AI in HR career planning is vast, this paper will focus on key applications that have gained prominence in recent years. We will emphasize AI's role in recruitment and talent acquisition, skills assessment and employee development, as well as its impact on career pathing and succession planning. However, it is important to acknowledge that AI is not a panacea for all HR challenges. As with any technological advancement, there are limitations and pitfalls to be considered. This paper will also address some of the limitations of AI, such as the need for human judgment, potential biases in algorithms, and the necessity of integrating AI with a people-centric approach to ensure successful implementation.

In conclusion, the integration of AI into human resource career planning represents a pivotal shift that has the potential to reshape the future of work. By leveraging AI's capabilities in data analysis and pattern recognition, HR professionals can optimize talent management processes, empower employees through personalized development plans, and create a workforce that is primed for success. Nevertheless, as AI continues to evolve, it is essential to remain cognizant of the ethical considerations and challenges that accompany its adoption in HR practices (Yawalkar, 2023).

## **1. The Main Points of Human Resource Career Planing**

The process of human resource career planing goes through various kinds of steps. The main points could be described as:

### **1.1. Understanding Career Planning**

Career planning in human resources involves systematically aligning individual employee aspirations and skills with the organization's goals and needs. It is a strategic process aimed at creating a clear roadmap for an employee's career progression within the company.

### **1.2. Assessing Employee Skills and Competencies**

HR departments use various methods to assess employee skills and competencies, such as performance appraisals, skills tests, and self-assessment tools. This evaluation helps identify an employee's strengths, weaknesses, and potential areas for growth (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

### **1.3. Setting Career Goals and Objectives**

HR professionals work with employees to establish specific, measurable, achievable, relevant, and time-bound (SMART) career goals. These goals are aligned with the employee's interests, skills, and the organization's requirements.

#### **1.4. Developing Individual Career Paths**

Career paths can be structured as vertical (traditional ladder-style promotions) or horizontal (lateral moves within the organization). HR assists employees in designing personalized career paths that match their preferences and skillsets.

#### **1.5. Training and Development Initiatives**

HR facilitates employee development through training programs, workshops, mentoring, and coaching. Investing in continuous learning enhances an employee's capabilities and ensures they remain equipped to meet evolving job demands (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

#### **1.6. Performance Management and Feedback**

Regular performance evaluations and feedback sessions help employees understand their progress and areas for improvement. HR utilizes this information to link performance to career advancement opportunities.

#### **1.7. Succession Planning and Talent Management**

Succession planning involves identifying and preparing potential successors for key positions. HR focuses on building a talent pipeline to ensure a smooth transition when senior employees leave or retire.

#### **1.8. Promoting Diversity and Inclusivity in Career Planning**

HR promotes diversity and inclusivity in career planning by ensuring all employees have equal access to growth opportunities and are not affected by unconscious biases or discriminatory practices (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

#### **1.9. Career Transitions and Employee Reskilling**

As job roles evolve, HR supports employees through career transitions, providing reskilling and upskilling opportunities to help them adapt to new challenges and roles (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

#### **1.10. Engagement and Retention Strategies**

Career development is linked to employee engagement and satisfaction. HR works on fostering a culture of continuous learning and growth to retain top talent.

#### **1.11. Technology and Tools for Career Planning**

HR departments leverage HRIS (Human Resource Information Systems) and talent management platforms to facilitate career planning and track employee progress. AI and data analytics assist in making data-driven decisions (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

#### **1.12. Evaluating the Effectiveness of Career Planning**

HR uses key performance indicators (KPIs) and feedback surveys to assess the effectiveness of career planning initiatives. This data helps improve career planning processes over time (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

## **2. Traditional Methods of Career Planing**

Traditional methods of career planning have been widely used in various organizations for many years. These methods are generally characterized by a structured approach that focuses on hierarchical advancement within the organization. Here are some of the traditional methods of career planning:

### **2.1. Job Ladders and Hierarchical Advancement:**

One of the most common traditional methods is the use of job ladders, where employees move up the organizational hierarchy through promotions. This approach typically involves predefined career paths with specific job titles and levels (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

### **2.2. Tenure-Based Advancement:**

In some organizations, career progression is determined based on an employee's tenure with the company. Employees may receive periodic promotions or salary increases based on the number of years they have spent in the organization (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

### **2.3. Annual Performance Reviews:**

Traditional career planning often relies on annual performance reviews as a means of assessing an employee's skills, accomplishments, and potential for advancement. These reviews are used to identify areas for improvement and align career goals with organizational objectives (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

### **2.4. Mentorship and Seniority:**

Senior employees may act as mentors, guiding and advising junior employees on their career paths. Often, decisions regarding promotions and career opportunities are influenced by an employee's seniority or the recommendations of their mentors (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

### **2.5. Succession Planning:**

Succession planning is a traditional method used to identify and groom high-potential employees for key leadership positions. It involves selecting and preparing employees to step into critical roles when needed (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

### **2.6. Training and Development Programs:**

Organizations may offer training and development programs to enhance employees' skills and competencies. These programs aim to prepare employees for higher-level responsibilities and career growth.

### **2.7. Individual Career Counseling:**

In some cases, HR professionals or managers conduct one-on-one career counseling sessions with employees. These sessions help employees identify their career aspirations, strengths, and areas for development (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).



## **2.8. Company-Provided Development Plans:**

Companies may offer development plans that outline the necessary steps and skills required for employees to progress in their careers within the organization. These plans may include recommended training, certifications, and experiences.

## **2.9. Job Postings and Internal Job Boards:**

Internal job postings and job boards within the organization are a common way for employees to explore and apply for new opportunities within the company (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

## **2.10. Performance Improvement Plans:**

Traditional career planning may also involve performance improvement plans for employees who need to enhance their skills or address performance issues before advancing in their careers (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

While traditional career planning methods have been widely used, they do have some limitations. These methods can be rigid, limiting employees to predefined paths, and may not always consider individual aspirations or changing job market dynamics. As a result, many organizations are now embracing more flexible and employee-centric approaches to career planning, incorporating elements of personalized development, lateral movement, and continuous learning to accommodate the diverse needs and aspirations of their workforce (Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., 2011).

## **3. The Application of AI in Human Resource Career Planning**

AI has transformed various aspects of HR practices, and its impact on career planning is particularly noteworthy. AI has a large role in human resource career planning through various kinds of activities. The main activities could be summarized as:

### **3.1. Automated Candidate Screening:**

AI-powered applicant tracking systems can efficiently analyze resumes and job applications, identifying relevant qualifications and experience. By automating the initial screening process, HR professionals save time and resources while ensuring a more objective evaluation of candidates (Tiwari et.al, 2023).

### **3.2. AI-Driven Candidate Sourcing:**

AI algorithms can search for potential candidates from various sources, including social media platforms and professional networks. This approach expands the candidate pool, enabling HR to discover talented individuals who might not have actively applied for positions.

### **3.3. Redefining Job Descriptions through AI:**

AI can analyze job descriptions and recommend improvements to enhance clarity and inclusivity. This ensures that job postings resonate better with potential applicants, increasing the chances of attracting diverse and qualified candidates (Tiwari et.al, 2023).

### **3.4. AI-Based Skills Gap Analysis:**

AI tools can assess an organization's current skill sets and compare them with future requirements. By identifying skills gaps, HR can focus on targeted training and development

initiatives to bridge these gaps and prepare employees for career advancement (Tiwari et.al, 2023), (Raub, 2023).

### **3.5. Personalized Learning and Training Recommendations:**

AI algorithms can analyze employee performance data and recommend personalized learning paths based on individual strengths and weaknesses. These tailored training programs optimize skill development and contribute to employees' long-term career growth (Tiwari et.al, 2023).

### **3.6. Continuous Performance Evaluation through AI:**

AI-powered performance management systems can offer real-time feedback and evaluations, fostering continuous development and improvement. This timely feedback helps employees stay on track with their career goals and ensures that their efforts are aligned with organizational objectives.

### **3.7. Mapping Employee Career Trajectories with AI:**

AI can analyze historical career progression data within the organization to map potential career trajectories. This information helps employees understand their advancement opportunities and make informed decisions about their career paths.

### **3.8. Identifying High-Potential Employees using AI:**

By analyzing employee performance, engagement, and other relevant data, AI can identify high-potential employees who are likely to thrive in leadership or specialized roles. HR can then focus on nurturing these talents through tailored development programs (Yawalkar, 2023).

### **3.9. Ensuring Smooth Succession Planning with AI:**

AI-supported succession planning enables organizations to identify suitable successors for critical roles. By considering employees' skills, experience, and performance data, HR can proactively groom potential leaders and minimize disruption during leadership transitions.

### **3.10. Ethical Considerations in AI-Based Career Planning:**

HR departments must address ethical concerns related to AI usage, such as data privacy, algorithmic bias, and fairness. Transparency, accountability, and ongoing monitoring are crucial to ensure that AI applications support ethical decision-making in career planning. These are some of the significant ways AI is transforming human resource career planning. Incorporating AI-driven strategies empowers HR professionals to make data-driven decisions, enhance employee development, and create more equitable and rewarding career paths within their organizations (Yawalkar, 2023).

## **4. The Main Disadvantages Related with Application of AI in Human Resource Career Planning**

While the application of AI in human resource career planning offers numerous benefits, it also comes with some potential disadvantages and challenges. It's important to be aware of these drawbacks to implement AI-driven strategies effectively. Here are some of the main disadvantages related to the application of AI in human resource career planning:

#### **4.1. Bias and Fairness Issues:**

AI algorithms can be influenced by biases present in historical data, leading to unfair treatment or discrimination against certain groups. If AI systems are not carefully designed and regularly monitored, they may perpetuate existing biases and create inequalities in career opportunities(Raub, 2023).

#### **4.2. Lack of Human Touch:**

AI-driven career planning may lack the human touch that personalized career guidance provides. Some employees may prefer interacting with human HR professionals or mentors to discuss their career aspirations and receive tailored advice.

#### **4.3. Data Privacy and Security Concerns:**

AI relies heavily on data, including sensitive employee information. Organizations must ensure robust data privacy and security measures to protect employee data from unauthorized access or breaches(Raub, 2023), (Yawalkar, 2023).

#### **4.4. Inaccurate Predictions:**

While AI can analyze large datasets, it may not always accurately predict future career trends or identify the best career paths for individuals. There's always a risk of making erroneous recommendations based on incomplete or outdated data.

#### **4.5. Employee Resistance and Trust Issues:**

Some employees may be skeptical about AI's role in career planning, fearing that it might be used to make decisions without understanding their unique circumstances. Building trust in AI-driven career planning systems may take time (Tiwari et.al, 2023).

#### **4.6. High Implementation Costs:**

Developing and deploying AI systems can be costly, especially for smaller organizations with limited resources.

The initial investment in AI infrastructure and training may deter some organizations from adopting AI in HR career planning(Raub, 2023).

#### **4.7. Dependency on Data Quality:**

AI algorithms heavily rely on the quality and accuracy of input data. If the data is outdated, incomplete, or contains errors, it can lead to incorrect career recommendations and hinder the effectiveness of AI-driven career planning.

#### **4.8. Lack of Transparency:**

AI algorithms can be complex, making it challenging for employees to understand the reasoning behind career recommendations. A lack of transparency in AI decision-making can lead to employee frustration and resistance(Raub, 2023).

#### **4.9. Difficulty in Customization:**

AI systems may struggle to accommodate the diverse needs and preferences of individual employees effectively. Personalized career planning requires a deep understanding of employees' unique skills, interests, and goals, which can be challenging for AI to achieve comprehensively(Yawalkar, 2023), (Tiwari et.al, 2023).

#### **4.10. Overreliance on AI:**

While AI is a powerful tool, overreliance on AI-driven career planning without considering human judgment and insights may lead to missed opportunities or lack of creativity in career development strategies. To mitigate these disadvantages, organizations must carefully design and implement AI systems, consider ethical considerations, and strike a balance between AI-driven insights and human judgment in career planning processes. Regular monitoring, feedback, and transparency are vital to ensure that AI applications in HR career planning deliver equitable, accurate, and effective results for both employees and the organization (Raub, M., 2023), (Tiwari et.al, 2023).

#### **Conclusion**

The integration of Artificial Intelligence (AI) in human resource career planning represents a groundbreaking advancement that has revolutionized how organizations manage their workforce. By leveraging AI-driven solutions, HR departments can optimize talent acquisition, foster employee development, and create well-defined career paths that align individual aspirations with organizational objectives.

Throughout this paper, we explored various applications of AI in HR career planning, highlighting the benefits and challenges that arise with this transformative technology. AI has streamlined candidate screening processes, enhanced skills assessments, and facilitated personalized learning paths, thereby improving talent management efficiency and effectiveness.

However, we also recognized potential disadvantages, including bias and fairness concerns, a lack of human touch, and data privacy issues. Ensuring ethical AI implementation, monitoring for biases, and fostering employee trust remain essential for successful integration.

As we move towards an AI-driven future, HR professionals must strike a balance between data-driven insights and the human aspect of career planning. Combining the power of AI algorithms with the insights and empathy of HR professionals allows for a more holistic and inclusive approach to employee development (Yawalkar, 2023).

Moreover, AI should not be viewed as a replacement for human judgment but rather as a valuable tool to enhance decision-making and streamline processes. The collaboration between AI and HR professionals can lead to more accurate career predictions and tailored development plans that address individual needs effectively.

While AI enables HR departments to identify high-potential employees and build robust succession plans, it is essential to maintain a focus on continuous learning and reskilling. Preparing the workforce for an ever-changing job landscape ensures that employees remain agile and adaptable in the face of future challenges.

In conclusion, the application of AI in human resource career planning has reshaped the HR landscape, empowering organizations to make data-driven decisions, foster employee growth, and create a workforce that thrives in a dynamic and competitive environment. To realize the full potential of AI in HR, it is crucial to address ethical considerations, invest in data security, and uphold the value of human interaction and empathy in career planning. As AI technology continues to evolve, organizations must remain agile and proactive in leveraging its capabilities to create a future where employees are engaged, empowered, and positioned for success. By embracing AI responsibly and integrating it seamlessly into HR practices, organizations can unlock new possibilities in talent management and employee development, leading to a more prosperous and fulfilling future for both employees and the organization as a whole (Yawalkar, 2023).

## References

1. Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R., R., 2011. *Managing Human Resources*. 7th Edition, Pearson
2. Raub, M. Bots Bias and Big Data: Artificial Intelligence Algorithmic Bias and Disparate Impact Liability in Hiring Practices, *Ark L Rev.*, vol. 71, 2018. Available at: <https://scholarworks.uark.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1052&context=alr>, Accessed on 07.08. 2023
3. Tiwari, P., Pandey, R., V. Garg, V., and A. Singhal, A. Application of Artificial Intelligence in Human Resource Management Practices. 2021, 11th International Conference on Cloud Computing Data Science & Engineering (Confluence), pp. 159-163, Available at: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9377160> , Accessed on 04.08. 2023
4. Yawalkar, V. V. A Study of Artificial Intelligence and its Role in Human Resource Management, *International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)*, vol. 6, no. 1, pp. 20-24, 2019, Available at: [https://www.researchgate.net/publication/331596981\\_A\\_Study\\_of\\_Artificial\\_Intelligence\\_and\\_its\\_role\\_in\\_Human\\_Resource\\_Management](https://www.researchgate.net/publication/331596981_A_Study_of_Artificial_Intelligence_and_its_role_in_Human_Resource_Management) , Accessed on 05.08. 2023

### Contacts:

*Assoc. Prof. Marin Geshkov, PhD*  
*UNWE, Sofia, Dep. Of Industrial Business*  
*E-mail: geshkov@unwe.bg*

*доц. д-р. Марин Гешков*  
*УНСС-София, катедра „Индустиален бизнес“*  
*E-mail: geshkov@unwe.bg*

# МЯСТОТО НА СЧЕТОВОДНИТЕ ДИСЦИПЛИНИ В УЧЕБНИТЕ ПЛАНОВЕ НА ИКОНОМИЧЕСКИТЕ СПЕЦИАЛНОСТИ, ПОДГОТВЯЩИ КАДРИ ЗА ИНДУСТРИЯТА

доц. д-р Светлозар Стефанов  
Икономически университет – Варна

## THE PLACE OF ACCOUNTING DISCIPLINES IN THE CURRICULA OF ECONOMIC SPECIALTIES PREPARING STAFF FOR INDUSTRY

Assoc. Prof. Svetlozar Stefanov, PhD  
University of Economics – Varna, Bulgaria

### Резюме

Обект на разглеждане в настоящия доклад е необходимостта от изучаване на счетоводните дисциплини от студентите, които се обучават в специалности, подготвящи икономисти за индустрията. Мястото на счетоводните дисциплини в учебните планове на различните икономически специалности (в т. ч. и на тези, подготвящи кадри за индустрията) се предопределя от съществуващите традиции в университетското икономическо образование. Традицията повелява, освен тесните професионални знания, бъдещите икономисти в индустрията да притежават един по-широк поглед върху икономическите процеси, както и да познават основни икономически категории и принципи. Подобни знания се получават, изучавайки фундаменталната учебна дисциплина "Теория на счетоводството" и избираемата учебна дисциплина "Финансово счетоводство."

*Ключови думи:* теория на счетоводството, образование, фундаментални дисциплини

*JEL Класификация:* M41

### Abstract

The subject of this report is the need to study accounting disciplines by students who are trained in specialties preparing economic staff for industry. The place of accounting disciplines in the curricula of different economic specialties (including those preparing staff for industry) is predetermined by the existing traditions in university economic education. The tradition dictates, in addition to narrow professional knowledge, that future economists in industry have a broader view of economic processes, as well as knowledge of basic economic categories and principles. Similar knowledge is obtained by studying the fundamental course "Theory of Accounting" and the elective course "Financial Accounting."

*Keywords:* Theory of Accounting, Education, Fundamental disciplines

*JEL Classification:* M41

В учебните планове на икономическите специалности, подготвящи кадри за индустрията обикновено са включени определен набор от учебни дисциплини, изучаващи проблемите на счетоводството. Неизменно във всички учебни планове (макар и под различни наименования) се изучава учебната дисциплина „Теория на счетоводството.“ Тази дисциплина най-често е включена в блока на т. нар. фундаментални учебни дисциплини, тъй като се приема, че тя осигурява базисна подготовка на студентите по икономика,

която е безспорно необходима на последните с цел впоследствие да усвоят тясно специализираните знания, преподавани по другите икономически дисциплини.

Освен дисциплината „Теория на счетоводството“, студентите-икономисти, обикновено изучават и дисциплината „Финансово счетоводство“ („Счетоводство на предприятието“), включена в учебните планове като задължителна или избираема учебна дисциплина по преценка на университетското ръководство. Изучавайки проблемите на финансовото счетоводство, студентите надграждат и задълбочават своите знания, които са придобили, изучавайки дисциплината „Теория на счетоводството“. В този смисъл целта на настоящия доклад е да се аргументира необходимостта от изучаването на тези две учебни дисциплини от всички студенти-икономисти, предвид теоретичните знания и практически умения и компетентности, които студентите ще получат, които са безспорно необходими за успешната им реализация на пазара на труда.<sup>1</sup>

Посочените две учебни дисциплини са включени в учебните планове на различните икономически специалности поради знанията, уменията и компетентностите, които студентите ще получат по време на обучението си в университета. За целите на настоящия доклад, ще се придържаме към определенията за знания, умения и компетентности, залегнали в Европейската рамка (ЕКР) за учене през целия живот. В този смисъл знанията представляват факти, принципи, теории и практики, които са свързани с определена сфера на работа или обучение, които се придобиват в процеса на учене. Уменията представляват способности за прилагане на знанията при изпълняване на конкретни задачи и решаване на определени проблеми. Уменията най-общо се класифицират като: а) познавателни, които изискват прилагането на интуитивно и творческо мислене; и б) практически, които включват сръчност и изискват използването на определени инструменти. Компетентността е твърде широко понятие и обикновено се дефинира като способност за прилагане на притежаваните знания, умения и личностни качества на конкретното работно място. В този смисъл, компетентността се свързва със способностите на хората да правят нещо, т.е да имат определени умения, базирани на знания, придобити по време на обучението. Следователно компетентностите представляват способностите на хората, които са постигнати чрез качествено учене, в подходяща педагогическа среда и чрез придобиване на сериозен практически опит (Zwell, M. 2000). През последните години, освен понятието „компетентност“ се използва и понятието „компетенция.“ Приема се, че то е дефинирано за първи път от Макклиланд през 1973г., в неговата статия „По добре тестване на компетенции отколкото на интелигентност (McClelland D.C, 1973). Компетенцията е по-тясно понятие и се свързва с притежаването на конкретни способности или определено поведение с цел да се свърши дадена работа на съответното работно място по възможно най-добрия начин.

Компетентностите се придобиват в периода на обучение на хората в различните образователни степени и форми на обучение. Най-общо компетентностите могат да се класифицират като а) ключови и б) професионални. По смисъла на ЕКР, ключовите компетентности са: а) езикова грамотност; б) комуникативна компетентност; в) математическа компетентност и компетентност в областта на природните науки, технологии и инженерство, г) дигитална компетентност; д) личностна компетентност, социална компетентност и компетентност за учене; е) гражданска компетентност; ж) предприемаческа компетентност; з) компетентност за културна осведоменост и изява. Посочените компетентности се дефинират като ключови, тъй като: а) могат да се придобиват по време на

---

<sup>1</sup> Възможно е в учебните планове на различните икономически специалности да бъдат включени и други счетоводни дисциплини или такива, граничещи със счетоводството, като „Управленско счетоводство“, „Финансов контрол“, „Финансов анализ“ и др.

различни видове обучения, от хора на различни възрасти<sup>2</sup>; б) дават възможност да се реализира концепцията за учене през целия живот; в) дават възможност да се придобиват „меки“ умения и позволяват по-добро адаптиране към пазара на труда; г) дават възможност за подобряване на качеството на живота на хората; д) допринасят за намаляване на рисковете от социално изключване на определени уязвими групи от хора от обществото и пазара на труда.

Професионалните компетентности се придобиват по пътя на тясно специализирани обучения, с цел обучаемите лица да усвоят конкретни умения за извършване на определена работа на съответното работно място. В този смисъл те по-скоро се приближават като същност и съдържание до професионалните компетенции.

Имайки предвид горепосоченото следва да посочим какви знания, умения и компетентности могат да получат студентите, изучавайки дисциплините „Теория на счетоводството,“ и „Финансово счетоводство.“ Самото наименование на дисциплината „Теория на счетоводството“ подсказва, че изучавайки тази дисциплина, студентите ще получат фундаментални, базови и предимно теоретични знания по счетоводство. Идеята за включването на фундаменталните учебни дисциплини в обучението на студентите по икономика се свързва с концепцията за фундаменталното образование, формулирана от Хумболт, в началото на XIX век. В основата на тази концепция е залегнала идеята, че посредством образованието, студентите трябва да получат фундаментални знания, формиращи на определен етап от развитието на икономиката и обществото. В този смисъл, акцентът в настоящия доклад ще бъде поставен върху знанията, уменията и компетентностите, които студентите по икономика трябва да получат, посредством изучаването на дисциплината „Теория на счетоводството.“ Съвсем не е случаен факта, че това е една от фундаменталните учебни дисциплини, която се изучава под различни наименования: („Теория на счетоводството,“ „Основи на счетоводството,“ „Въведение в счетоводството“ и др.), от всички студенти по икономика. Посредством изучаването на дисциплината, студентите получават теоретични знания и практически умения, които обогатяват тяхната икономическа култура. Обект на изучаване в дисциплината са историческите аспекти в развитието на счетоводството, неговият предмет и метод, счетоводният баланс, системата на счетоводните сметки и способа на двойното записване, документирането, инвентаризирането, оценяването, калкулирането, процесът на годишното счетоводно приключване и съставянето на финансовите отчети. По този начин студентите придобиват базисни знания в сферата на счетоводството, които са им необходими, както за усвояването на други икономически дисциплини, така и за успешното им реализиране като икономисти в стопанската практика.

Мястото на теорията на счетоводството в раздела на фундаменталните дисциплини в учебните планове на различните икономически специалности се определя и от съществуващите традиции в икономическото образование. В този смисъл, както вече беше посочено, традицията повелява, бъдещите икономисти да притежават знания относно историческите, философските, моралните и етични аспекти на икономиката. В контекста на горепосоченото, ролята и значението на теорията на счетоводството, като фундаментална учебна дисциплина е да развива у бъдещите икономисти умения за самостоятелно критично мислене, аргументиране и защитаване на тези и становища, способности за прилагане на получените теоретични знания в стопанската практика и др. Следователно, дисциплината „Теория на счетоводството“ е призвана да развие мисловните и аналитични способности на студентите по икономика, както и тяхната обща

---

<sup>2</sup> Този подход е широко застъпен при провеждане на различни видове професионални обучения, финансирани от националния бюджет или фондовете на ЕС. Например при организиране на обучения от социалните партньори по Национален план за действие (НПДЗ) във всяко професионално обучение се включва и обучения по една ключова компетентност.



икономическа култура. Именно това отличава преподаването на „Теорията на счетоводството“ като университетска академична дисциплина, от преподаваните дисциплини с аналогично наименование в средното образование или в курсовете за професионално обучение. Университетът, следва да формира академично поведение, а не да свежда обучението по счетоводство, до елементарното занаятчийско равнище. Следователно една от основните задачи на теорията на счетоводството като фундаментална учебна дисциплина е да повиши общата култура на бъдещите икономисти, тъй като поради спецификата на тяхната работа, на тях им се налага да имат задълбочени познания в повече от една сфера от функционирането на икономиката. На следващо място, тя е призвана да формира едно специфично възпитание на бъдещите икономисти, да дава възможност за правилното използване на различните икономически понятия и категории, както и да им даде познания, относно механизмите по които функционира икономиката.

Не случайно, дисциплината „Теория на счетоводството“ се изучава през първата или през втората година от обучението на студентите по икономика. Съвсем естествено е, тя да бъде поставена в началото на икономическото образование. Последното се определя от факта, че в нея се изучават едни от основните икономически понятия и категории, които са залегнали в основата на икономическото мислене. Практиката показва, че когато студентите натрупат дефицити при обучението си по теория на счетоводството, изучаването на останалите икономически, изключително се затруднява. Знанията, които студентите придобиват по време на изучаването на теорията на счетоводството са: а) относно същността, ролята и значението на счетоводството като информационна система; б) относно същността на счетоводните способности и начина на тяхното прилагане за създаването на счетоводна информация; в) относно същността, ролята, значение и предназначението на годишния финансов отчет; г) относно потребителите на информация от финансовите отчети и др. Независимо, че дисциплината има предимно теоретичен характер, при нейното изучаване, студентите формират и определени умения, като: а) правилно да класифицират отчетните обекти – активи, пасиви, собствен капитал, приходи и разходи; б) да съставят счетоводен баланс на предприятието; в) да откриват, водят и приключват счетоводните сметки; г) да отразяват стопанските операции по сметките, да извършват обобщаване и проверка за записванията по сметките, както и да съставят краен счетоводен баланс към края на отчетния период. Или казано по друг начин, завършвайки обучението си по теория на счетоводството от студентите се очаква познават теоретичните постановки, подходите, правилата и методите за създаването на информация за имущественото и финансово състояние на предприятието. Същите следва да умеят да прилагат натрупаните в процеса на обучение по дисциплината теоретични и практико-приложни знания, с което тя се превръща във фундамент в обучението на бъдещите специалисти в областта на икономиката.

Учебното съдържание по дисциплината „Финансово счетоводство“ е логическо продължение на дисциплината „Теория на счетоводството.“ „Финансовото счетоводство“ е дисциплина, чрез която се надграждат и задълбочават знанията по счетоводство, които студентите са придобили по дисциплината „Теория на счетоводството. Учебната дисциплина „Финансово счетоводство“ включва изучаването на практическите аспекти на счетоводството в предприятията, съобразно изискванията на счетоводното и данъчно законодателство. Обхватът на дисциплината има универсален характер. Основните теми по дисциплината са свързани с изучаването на въпросите на нормативното регламентиране на счетоводството, отчитането на собствения капитал и пасивите, признаването, отчитането и оценяването на нетекущите и текущи активи, изготвянето на елементите на годишния финансов отчет. Обект на разглеждане в необходимата степен на задълбоченост са и въпросите на данъчното облагане, свързани с отчитането на отчетните обекти. Посредством изучаването на дисциплината „Финансово счетоводство,“ придобитите

първоначални знания и умения на студентите се задълбочават и обогатяват, посредством насочване на вниманието на обучаемите към проблемите на практиката, независимо от характера на осъществяваната дейност и отрасловата принадлежност на отделните предприятия. По този начин се осигурява връзката между дисциплините „Теория на счетоводството“ и особено „Финансово счетоводство“ с другите учебни дисциплини, определящи профила на студентите-икономисти, които се обучават по различните икономически специалности в ИУ - Варна, в т. ч. и „Логистика“, „Индустриален бизнес и предприемачество“ и др. В учебната програма по дисциплината „Финансово счетоводство“ е отделено необходимото внимание на семинарните занятия, посредством които се придобиват умения, посредством които, студентите придобиват определени професионални компетентности или по-скоро професионални компетенции. Обучението по дисциплината „Финансово счетоводство“ се осъществява посредством активното включване на студентите в учебния процес. По този начин, едновременно с усвояване на теоретичните знания, у студентите се формират и практически умения да съставят счетоводни статии за извършени стопански операции, като по този начин обучението по счетоводство в максимална степен се доближава до реалната практика. Акцентът се поставя върху формирането и развитието на аналитично и критично мислене, умения за поемане на отговорност, креативност и иновативност, извличане на същественото в действащата нормативна уредба и не на последно място – способност за непрекъснато актуализиране на знанията в областта на упражняваната професия.

Имайки предвид горепосоченото може да се направи извода, че посредством изучаването на двете учебни дисциплини „Теория на счетоводството“ и „Финансово счетоводство“ студентите придобиват:

#### А. Знания

- да аргументират необходимостта от създаването на счетоводна информация;
- да познават теоретичните постановки, подходите, методите и правилата за създаване на информация за финансовото състояние на предприятието;
- да познават приложимите счетоводни бази (НСС и МСС/МСФО) за съставянето на финансовите отчети.

#### Б. Умения

- възможност самостоятелно да интерпретират придобитите знания, както и успешно да ги прилагат при решаването на конкретни проблеми на реалната практика;
- да съставят счетоводни статии за извършени стопански операции в предприятието;
- да оценяват (първоначално и последващо) активите и пасивите на предприятието;
- да представят и оповестяват информацията от текущото счетоводно отчитане в ГФО на предприятието;
- за работа в реална работна среда със съвременни средства за комуникация и обработка на информацията.

#### В. Компетентности

##### а) Ключови компетентности:

##### 1. Езикова грамотност

- подобряване на презентационните умения;
- умения за водене на разговори по професионални теми със собственици, мениджъри, клиенти и доставчици;

- да формулират и излагат ясно и разбираемо идеи, проблеми и решения по конкретни икономически ( в т. ч. счетоводни) проблеми;

- да проявяват разбиране и толерантност към различните гледни точки при изясняване на даден проблем, изразени от другите участници в работния процес.

2. Личностна компетентност, социална компетентност и компетентност за учене:

- способност да управляват икономически процеси; в т. ч. и екипи от хора;

- способност да поемат професионална отговорност при вземането на решения при решаването на практически проблеми;

- способност самостоятелно да оценяват професионалната си квалификация и да планират своевременно необходимостта от нейното разширяване, както и необходимостта от придобиване на нови знания и умения. На практика по този начин се реализира концепцията умение за учене през целия живот;

- самостоятелно да се обучават и придобиват нови знания и умения, способност да откриват, оценяват и използват информацията, получавана от различни източници, която използват в ежедневната си работа.

б) Професионални компетентности:

- способност аргументирано да представят резултатите от своята работа, посредством изготвянето на различни видове справки, отчети и др.;

- да събират, класифицират, оценяват и интерпретират счетоводната информация с цел решаването на практически задачи;

- да прилагат получените по време на обучението теоретични знания и практически умения на конкретното работно място;

- да извършват контрол и анализ на дейността на предприятието на база на информацията получена по счетоводен път;

- самостоятелно да вземат икономически решения в различни сфери на стопанската практика.

В заключение следва да се отбележи, че изучаването на счетоводните дисциплини, включени в учебните планове на различните икономически специалности, в т. ч. и тези, свързани с обучението на кадри за индустрията води до формирането предимно на ключови (презентационни, комуникативни, езикови и др.) компетентности у студентите. Това е съвсем нормално, тъй като университетът е образователна, а не обучителна институция и следователно няма за цел да подготвя студентите изцяло за стопанската практика и решаването на конкретни чисто практически проблеми. Идеята е в университета, студентите да придобият и развият ключовата компетентност умение за учене (автоматност в ученето), което не е възможно да се реализира само по пътя на механичното запаметяване и възпроизвеждане на информацията, а изисква активното включване на обучаемите в учебния процес. Получените в университета теоретични и практико-приложни знания представляват един широк фундамент, който се превръща в основа за последващо обучение на студентите-икономисти по пътя на тясно специализираните обучения, даващи възможност да се придобият конкретни знания и най-вече умения за решаването на чисто практически задачи на съответното работно място.

### **Използвана литература**

1. Zwell, M. (2000). *Creating a Culture of Competence*. New York: John Wiley & Sons, Inc., p. 1-3442.
2. McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence." *American Psychologist*, 28(1), p. 1–14.

### **Информация за контакт с автора:**

доц. д-р Светлозар Стефанов

Икономически университет – Варна, катедра „Счетоводна отчетност“

E-mail: svetstefanov@ue-varna.bg

**ИНДУСТРИАЛНИЯТ БИЗНЕС – ПЕРСПЕКТИВИ  
И ВЪЗМОЖНОСТИ**

**Сборник с доклади от кръгла маса**

**INDUSTRIAL BUSINESS – PERSPECTIVES  
AND OPPORTUNITIES**

**Round table proceedings**

Предпечатна подготовка *Венета Кишева*

Издателски коли 17,3

Издателство „Наука и икономика“  
Икономически университет – Варна  
ул. „Евлоги Георгиев“ 24  
Печатна база на ИУ – Варна

**ISBN 978-954-21-1164-1**