

Година IX, Брой 1/2013 г.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

*Economics and
Management*



Югозападен университет "Неофит Рилски"
Стопански факултет
Благоевград

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

Главен редактор

проф. д-р Чавдар Николов

Зам. гл. редактор

доц. д-р Рая Мадгерова

Редакционна колегия

проф. д-р Георги Л. Георгиев

доц. д-р Георги П. Георгиев

проф. д-р Димитър Димитров

проф. д-р Зоран Иванович

(Университет в Риека, Р. Хърватска)

доц. д-р Людмила Новачка

(Икономически университет –

Братислава, Словакия)

проф. д-р Манол Рибов

проф. д-р Надежда Николова

проф. д-р Бьорн Паапе

(RWTH Аахен-Германия)

проф. д-р Пол Леонард Галина

(Бизнес факултет „Улиямс“ на Университет

Бишъпс Шербрук, Квебек, Канада)

проф. Пауло Агуаш

(Факултет по Мениджмънт, гостоприемство и туризъм на Университета на Алгарв, Португалия)

проф. Хосе Антонио Консейшо Сантош

(Факултет по Мениджмънт, гостоприемство

и туризъм на Университета на Алгарв, Португалия)

доц. д-р Стефан Бойнец

(Университет в Приморска

Факултет по мениджмънт – Копер, Словения)

Академик Татяна Константинова

(Директор на Института по екология и

география на Академия на науките, Молдова)

доц. д-р Ченгиз Демир

(Факултет по икономика и административни

науки, Университет ЕГЕ, Измир, Турция)

Отговорен редактор

доц. д-р Десислава Стоилова

доц. д-р Преслав Димитров

Коректор:

Любов Иванова

Радка Андасарова

Технически редактор и дизайн

Лъчезар Гогов

Chief Editor

Prof. Dr. Chavdar Nikolov

Deputy Chief Editor

Assoc. Prof. Dr. Raya Madgerova

Editorial Board

Prof. Dr. Georgy L. Georgiev

Assoc. Prof. Dr. Georgy P. Georgiev

Prof. Dr. Dimitar Dimitrov

Prof. Dr. Zoran Ivanovic

(University of Rieka, Croatia)

Assoc. Prof. Dr. Ludmila Novacka

(University of Economics -

Bratislava, Slovakia)

Prof. Dr. Manol Ribov

Prof. Dr. Nadejda Nikolova

Prof. Dr. Bjorn Paape

(RWTH Aachen, Germany)

Prof. Dr. Paul Leonard Gallina

(Williams School of Business, Bishop's

University Sherbrooke, Québec, Canada)

Prof. Paulo Águas

(The School of Management, Hospitality and Tourism of The University of Algarve, Portugal)

Prof. José António Conceição Santos

(The School of Management, Hospitality and

Tourism of The University of Algarve, Portugal)

Assoc. Prof. Dr. Stefan Bojnec

(University of Primorska

Faculty of Management Koper – Slovenia)

Acad. Tatiana Constantinova

(Dir. of the Inst. of Ecology and Geography

of Academy of Sciences of Moldova)

Associate Prof. Dr. Cengiz Demir

(Faculty of Economics and Administrative

Sciences EGE University, Izmir, Turkey)

Production Editor

Associate Prof. Dr. Desislava Stoilova

Associate Prof. Dr. Preslav Dimitrov

Spelling Corrector

Lyubov Ivanova

Radka Andasarova

Technical Editor & Design

Lachezar Gogov

Основатели:

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

◆◆◆ 2005 г. ◆◆◆

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

Адрес на редакцията:

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

Editor's office address:

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

ИКОНОМИКА
И
УПРАВЛЕНИЕ



ECONOMICS
&
MANAGEMENT

НАУЧНО СПИСАНИЕ НА СТОПАНСКИЯ ФАКУЛТЕТ
ПРИ ЮЗУ “НЕОФИТ РИЛСКИ” – БЛАГОЕВГРАД ГОД. IX, №1, 2013

JOURNAL FOR ECONOMICS AND MANAGEMENT SCIENCE OF
FACULTY OF ECONOMICS–SOUTH-WESTERN UNIVERSITY –
BLAGOEVGRAD VOL. IX, №1, 2013

СЪДЪРЖАНИЕ		CONTENTS
КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ	1	TO OUR READERS
<u>ФИНАНСИ</u>		<u>FINANCE</u>
ВЕСЕЛИН ХАДЖИЕВ СЛАВЕЯ ЖЕЛЯЗКОВА	2	VESELIN HADZHIEV SLAVEYA ZHELIAZKOVA
ПАНЕЛНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ОБЕЗЦЕНКАТА НА КРЕДИТИ		PANEL STUDY OF LOAN LOSS PROVISIONS
СТАНКА РИНКОВА	8	STANKA RINKOVA
ТРАНЗАКЦИОННИТЕ РАЗХОДИ В КОНТЕКСТА НА ИНСТИТУЦИОНАЛНАТА ПРОМЯНА		TRANSACTION COSTS IN THE CONTEXT OF INSTITUTIONAL CHANGE
<u>МАРКЕТИНГ</u>		<u>MARKETING</u>
ВЯРА КЮРОВА	18	VYARA KYUROVA
РОЛЯТА НА МАРКЕТИНГА В АНТИКРИЗИСНОТО УПРАВЛЕНИЕ НА ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС		THE ROLE OF MARKETING IN ANTI- CRISIS MANAGEMENT IN HOTEL BUSINESS
<u>ТУРИЗЪМ</u>		<u>TOURISM</u>
ПЕНЮ МИХАЙЛОВ	24	PENJU MIHAILOV
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ТУРИЗМА КАТО ИКОНОМИЧЕСКА ДОМИНАНТА		THE CHALLENGES IN FRONT OF TOURISM AS AN ECONOMIC DOMINANT

ОЛГА КОСТАДИНОВА	45	OLGA KOSTADINOVA
ФОРМИ НА РЕЛИГИОЗНИЯ ТУРИЗЪМ		FORMS OF THE RELIGIOUS TOURISM
<u>РЕГИОНАЛНА ПОЛИТИКА</u>		<u>REGIONAL POLICY</u>
МАРИЯ ШИШМАНОВА	57	MARIA SHISHMANOVA
РАЗВИТИЕ КЪМ ПО- ЕФЕКТИВНА РЕГИОНАЛНА ПОЛИТИКА		DEVELOPMENT TO A MORE EFFECTIVE REGIONAL POLICY
<u>КОНТРОЛ</u>		<u>CONTROL</u>
МАРИАНА УШЕВА	68	MARIANA USHEVA
СЪЩНОСТ, ХАРАКТЕРИСТИКИ И ОСОБЕНОСТИ НА УПРАВЛЕНСКИЯ КОНТРОЛ В СЪВРЕМЕННАТА ОРГАНИЗАЦИЯ		NATURE, CHARACTERISTICS AND CIRCUMSTANCES OF THE MANAGERIAL CONTROL IN THE MODERN ORGANIZATION
НОВИ КНИГИ	78	NEW BOOKS

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

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



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

Всички права върху публикуваните материали са запазени. Възгледите на авторите изразяват личното им мнение и не ангажират редакцията на списанието.

Уважаеми читатели,

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

Плази многостранна дейност на Стопанския факултет определя и целта на настоящото списание "Икономика и управление" - да популяризира научните новости и да удовлетворява потребностите на практиката. Редакционната колегия счита, че в списанието определено място трябва да намерят актуалните проблеми на:

- националната и регионалната икономика;*
- управленските подходи и механизми;*
- европейската интеграция и глобализацията;*
- качеството и конкурентноспособността;*
- икономиката на знанието;*
- икономическият растеж и устойчивото развитие.*

Публикациите в списанието обхващат научни сфери, съответстващи на научната и образователната проблематика и профилирането на специалности в Стопанския факултет – мениджмънт, маркетинг, финанси, счетоводство и контрол, социално-културни дейности, туризъм, социална политика, инфраструктура и други.

Списание "Икономика и управление" се явява среда за среща на мненията и оценките на учени, изследователи и специалисти от сферата на науката и на стопанския живот.

Редакционната колегия се стреми да поддържа високо равнище на научните и научно-приложните разработки и същевременно да предоставя възможност не само на утвърдени и авторитетни български и чуждестранни учени, но и на начинаещи преподаватели и докторанти да публикуват своите идеи. На страниците на списанието могат да споделят свои виждания и специалисти от стопанската практика.

Вярваме, че отговорното отношение на авторите ще съдейства списанието да отговаря на съвременните критерии и изисквания. Списание "Икономика и управление" ще разчита на мненията и препоръките на читателите.

От редакционната колегия

Доц. д-р ВЕСЕЛИН ХАДЖИЕВ
Гл. ас. СЛАВЕЯ ЖЕЛЯЗКОВА
ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

ПАНЕЛНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ОБЕЗЦЕНКАТА НА КРЕДИТИ

PANEL STUDY OF LOAN LOSS PROVISIONS

Ass. Prof. VESELIN HADZHIEV, PhD
Chief Assistant Prof. SLAVEYA ZHEL YAZKOVA
UNIVERSITY OF ECONOMICS - VARNA

Abstract: Using loan loss provision for “smoothing” the financial performance of commercial banks is not uncommon. It is believed that this is mainly driven by the desire to achieve bank regulatory requirements, to control the financial performance, to create hidden buffers and so on. The studies of the factors influencing loan loss provisions are based on specific econometric techniques. The use of panel data structures requires application of modern econometric methods that provide more precise results.

The panel study of the factors influencing loan loss provisions confirms the conclusions of previous studies on the impact of write-offs and profit. At the same time a panel study proved that a significant change was observed in bank management policies with regard to the management of financial performance since the onset of the crisis in Bulgaria

Key words: financial performance, econometry, panel models

UDK: 657:519.2

The purpose of the study is the development of econometric techniques to assess the impact of various factors on loan loss provisions. The use of panel data structures requires a number of additional studies and use of improved models to achieve accurate results. Therefore fixed-effects panel models are approbated for evaluation of the impact on loan loss provisions.

Introduction

Using loan loss provisions to “smooth” the financial performance of commercial banks is not an unfamiliar phenomenon. The motives of commercial banks for the management of this process are diverse. It is believed that the main reasons can be divided into three groups: achievement of the regulatory requirements to bank capital adequacy, creation of hidden reserves and control of the financial performance, etc. [5,

p. 42]. Balancing between the objective need and making an attempt to manipulate accounting data the transactors form rules and trends typical of a particular sector or industry. These rules and trends are disclosed and characterized using specific econometric techniques. The enrichment of the structure of data of the activities of the commercial banks and the improvement of the econometric methods requires also development of the techniques for their study. A goal of this article is the development of econometric techniques for evaluation of the impact of selected factors on loan loss provisions.

Overview of the literature

A number of empirical studies using various econometric techniques, factors, models, evaluation methods, etc., were used to clarify the impact of loan loss provisions on the management of the

financial result. They include classical studies of the management of financial performance of American banks [3, p. 4], studies with extended scope of the factors of commercial banks [8, p. 10] and others. The first econometric study of the impairment of loans in Bulgaria was conducted for the period 2005-2008 [1, p. 259]. The latest study of the management of the financial performance of commercial banks with improved econometric technique was carried out for the period 2007-2010 [2, p. 295].

The study of loan loss provisions utilizes classical regression techniques consisting of use of linear models, estimation through the simple method of the least squares and dummy binary variables. For example, J. Zhou and K. Chen use a classical linear regression model with 17 variables, including 3 dummy variables [8, p. 26]. 989 observations were used for the period 2000-2001 to assess the regression model. «Bank Compustat» is used as a source of statistical information. In their study F. Filipova et al. also applied a linear regression model with 10 factors including 3 dummy variables [1, p. 286]. 35 observations for the period 2005-2008 were used to assess the regression model. The annual financial statements of commercial banks were used as a source of statistical information. The replica of the above study is based on a similar model divided into three parts in order to achieve statistical reliability [2, p. 305]. 58 observations for the period 2007-2010 were used for the evaluation. The annual financial statements of commercial banks were used as a source of information.

What is common between the used econometric techniques is the classical regression analysis. A linear multifactor model is used for the investigation of the relationship between loan loss provisions and the determining factors. The simple method of the least squares is used to evaluate the parameters. The studies differ in the selection of factors, the selection of the dummy variables, etc. It should be

noted that the studies generally use a matrix of data having the nature of panel data. This creates preconditions for violation of the conditions for application of the regression analysis. Therefore, the recent research in this area tends to diversify and refine the econometric techniques used to study the management of financial performance [6, p. 119] .

Panel approach

Panel data are used to evaluate the parameters of the discussed models as an effort to obtain more reliable estimates. This is achieved by multiple increase of the number of observations. The application of simple regression without taking into account the panel structure of the data leads to evaluation of parameters which are supposed to remain unchanged over time and are the same for all units of the panel. These assumptions are not always sufficiently justified. They need to be tested before using a simple linear regression with a panel data structure. In panel models this assumption does not apply to all parameters but only to the parameters before factor variables or before some of them. This condition must be also checked by an appropriate statistical test.

The most commonly used linear panel models are divided into two basic types: fixed-effects regression¹ and random-effects regression². The main difference between them is the assumption of non-correlation of unobservable effects and factor variables in the random-effects regression model. After evaluation of the fixed-effects regression model, apart from the other diagnostic tests typical of linear regression models, there is also an investigation of the statistical significance of individual fixed effects [4, p. 13]. This involves examination of the homogeneity of the free member and is based on the F-test. In the linear panel model with random effects, apart from the other diagnostic

¹ Fixed-effects regression

² Random-effects regression

tests, use is made also of the LM test of Breusch and Pagan for random effects [4, p. 59]. It tests whether the value of the dispersion of unobserved individual effects is zero. In addition, the test of Hausman should also be applied in order to select between a fixed-effects model and a random-effects model [7, p. 288].

Econometric model

This study is based on earlier studies of loan loss provisions conducted using classical regression techniques [1, p. 259-298; 2, p. 295-309]. The panel study

$$LLP_{it} = \alpha_0 + \beta_1 BSIZE_{it} + \beta_2 BIG4_{it} + \beta_3 CAR_{it} + \beta_4 \Delta LP_{it} + \beta_5 LWO_{it} + \beta_6 NPL_{it} + \beta_7 SIZE_{it} + \beta_8 EBTP_{it} + \beta_9 DUMMYFOWN + \beta_{10} DUMMYLISTED + \varepsilon_{it}$$

(1)

where

LLP_{it} – Loan loss provisions/total loans;
 $BSIZE_{it}$ – Number of board members;
 $BIG4_{it}$ – Dummy variable: 1 – if auditor is any of the four big auditing companies; 0 – if the auditor is different from the four big auditing companies;
 CAR_{it} – Capital adequacy ratio;
 ΔLP_{it} – Change in loan portfolios (thousand BGN);
 LWO_{it} – Write-offs loans/ total assets;
 NPL_{it} – Non-performing loans/total loans;
 $SIZE_{it}$ – Log of total assets;
 $EBTP_{it}$ – Earnings before taxes and loan loss provision/total assets;
 $DUMMY FOWN$ – Dummy variable: 1 – if it is a foreign bank with majority ownership; 0 – if it is a Bulgarian bank with majority ownership;
 $DUMMY LISTED$ – Dummy variable: 1 – if it is a public bank which is listed on the Bulgarian Stock Exchange; 0 – if it is not.
 ε_{it} – stochastic component;
 $\alpha_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9, \beta_{10}$ – parameters of the model;
 i – serial number of the bank;
 t – serial year.

Empirical results

The admissibility of pooling together the data from a simple regression and a panel model with dummy variables of time was checked on the basis of model (1) and the

includes the commercial banks which are licensed by the Bulgarian National Bank, operate on the territory of Bulgaria and have published complete annual statements for the period 2007-2010. After adjusting the statistical data the number of the studied banks decreased to 19 from the initial 30. The final panel sample consists of 76 observations over a period of four years. The following panel model was applied to assess the effect of the individual factors on the loan loss provisions:

F-criterion of Chow [4, p. 57]. The results are presented in table 1.

It was found that for all variants of the panel, including 2010, it was impossible to pool the data. Other variants of the panel are admissible. An important conclusion can be made on the basis of these results that the correlation modeled by (1) has changed significantly in 2010 compared to the previous period. This is interpreted as a change and a reconsideration of the arguments and motives used by the bank management with regard to the management of the financial performance in 2010 as a result of the coming financial crisis.

Table 1. Chow's F-test of the poolability of the panel data

Years included in the panel	P-value
2007-2010	0,000*
	0,000**
2007-2009	0,021*
	0,136**
2007-2008	0,725*
	0,528**
2008-2010	0,001*
	0,002**
2008-2009	0,118*
	0,509**
2009-2010	0,010*
	0,007**

* simple regression

** panel fixed-effects regression

Model (1) is considered in three variants of panel models. The first panel model (M1) is assessed for the period 2007-2009 with

fixed and random effects and includes 8 basic factors:

$$LLP_{it} = \alpha_0 + \beta_1 BSIZE_{it} + \beta_2 BIG4_{it} + \beta_3 CAR_{it} + \beta_4 \Delta LP_{it} + \beta_5 LWO_{it} + \beta_6 NPL_{it} + \beta_7 SIZE_{it} + \beta_8 EBTP_{it} + e_{it} \quad (2)$$

The second panel model (M2) is assessed for the period 2007-2009 with fixed and random effects and includes 8

basic factors plus dummy variable *DUMMY FOWN*. The latter reflects the effect of foreign majority ownership:

$$LLP_{it} = \alpha_0 + \beta_1 BSIZE_{it} + \beta_2 BIG4_{it} + \beta_3 CAR_{it} + \beta_4 \Delta LP_{it} + \beta_5 LWO_{it} + \beta_6 NPL_{it} + \beta_7 SIZE_{it} + \beta_8 EBTP_{it} + \beta_9 DUMMYFOWN + e_{it} \quad (3)$$

The third panel model (M3) is assessed for the period 2007-2009 with fixed and random effects and includes 8 basic factors

plus dummy variable *DUMMY LISTED*. The latter reflects the effect of the listing of the bank on the Bulgarian Stock Exchange:

$$LLP_{it} = \alpha_0 + \beta_1 BSIZE_{it} + \beta_2 BIG4_{it} + \beta_3 CAR_{it} + \beta_4 \Delta LP_{it} + \beta_5 LWO_{it} + \beta_6 NPL_{it} + \beta_7 SIZE_{it} + \beta_8 EBTP_{it} + \beta_9 DUMMYLISTED + e_{it} \quad (4)$$

The panel models were evaluated with Stata 10.0.

The selection between fixed-effects panel models and random-effects panel models was performed with the Hausman test. The results are presented in table 2.

Table 2. χ^2 Hausman test for model selection

Panel model	χ^2	P-value
M1	10.34	0.11
M2	13.92	0.04
M3	14.18	0.02

It was found that with significance level of $\alpha=0,05$ the Hausman test is unconvincing with regard to model M1. In this case the LM test of Breusch and Pagan (P-value=0,03) was used which provides grounds for preferring the fixed-effects panel model. The alternative hypothesis is accepted in the study of models M2 and M3 through the Hausman test. Therefore, the fixed-effects panel models are preferred again. The main results from the evaluation of the three panel models are presented in the following table.

Table 3. Evaluations of fixed-effects panel models

Variables	Model M1		Model M2		Model M3	
	β	P value	β	P value	β	P value
Intercept	-.025	0.791	-.039	-.228	-.025	0.791
LWO it	1.762	0.000	1.848	0.000	1.762	0.000
NPL it	.024	0.589	.024	0.579	.024	0.589
SIZE it	.005	0.399	.005	0.396	.005	0.399
EBTP it	.933	0.001	1.125	0.000	.933	0.001
BFSIZE	-.006	0.228	-.004	0.449	-.006	0.228
ΔLP	-2.33e-09	0.506	-2.08e-09	0.542	-2.33e-09	0.506
CAR it	6.04e-06	0.995	-1.92e-06	0.999	6.04e-06	0.995
<i>DUMMY FOWN</i>	-	-	-.016	0.114	-	-

The assessed models are adequate. For model M1 $F(7,31)= 6.32$ and $P<0.000$, for model M2 $F(8,30)= 6.15$ and $P<0.000$ and for model M3 $F(7,31)= 6.32$ and $P<0.000$. The F-test of significance of individual fixed effects was applied to each of these models and it confirms their statistical significance (for model M1 $F(18,31)=2.14$, $p\text{-value}=0,03$, for model M2 $F(18, 30)=2.40$, $p\text{-value}=0,02$ and for model M3 $F(18,31)=2.03$ and $p\text{-value}=0,04$). In all three models the variable "BIG4" is removed due to co-linearity. The variable "DUMMY LISTED" is removed from model M3 due to co-linearity. As a result model M3 is reduced to model M1. It was found that the statistically significant regression ratios (with accepted level of significance $\alpha=0,05$) in the assessed panel models are those measuring the influence of the relative share of write-offs and the relative share of profit before taxation. Therefore, the relative share of write-offs and the relative share of profit before taxation have statistically significant influence on the relative share of impaired non-performing loans. An increase of 1.76-1.84 % in the impaired non-performing loans corresponds to each percentage point increase in the relative share of write-offs. An increase of 0.93-1.12 % in the impaired non-performing loans corresponds to each percentage point increase in the profit before taxation. The positive correlation between the percentage of write-offs and the percentage of impaired non-performing loans should be seen as an attempt of the management to make an adjustment. At the same time, the positive correlation between the share of profits and the share of impaired non-performing loans should be interpreted rather as an attempt, albeit minimal, to smooth the financial performance.

The increase of significant regression ratios after removing the 2010 panel is clearly impressive. This is further proof that significant changes were initiated in 2010 in the bank management policies with regard to financial performance management. There are still insufficient data to assess the direction of the changes in the ratios between the resultative and the factor variables during the economic crisis itself and after that. However, it can be definitively concluded that the restructuring of the ratios between the impaired non-performing loans and their determining factors is a dynamic process which depends on the cycles of market economy.

Conclusion

The refinement of the techniques for investigating the impact of various factors on the financial performance is due to the use of increasingly abundant data of the activities of commercial banks and the new and improved evaluation techniques. One possible solution to support the studies with information is the use of panel data. Panel data allow for studying the static and dynamic aspect of the manifested correlation. At the same time, the use of panel data requires application of more advanced evaluation methods that provide more precise results. They are used to make more accurate conclusions about the management of the financial performance of banks.

Understanding the motives and arguments of bank management with regard to loan loss provisions as a tool for "smoothing" the financial performance would create conditions for control and regulation of this process. In this sense, the empirical study of the status and dynamics of the average correlations between loan loss provisions and their determining factors would be a fair and accurate starting point.

LITERATURE

1. Ф. Филипова, А. Атанасова, А. Али. (2010): Управление на финансовия резултат на българските търговски банки чрез обезценка на вземания по отпуснати кредити. Годишник на ИДЕС, 2010 г., с. 259-298;
2. Филипова, Ф., В. Георгиев, С. Стефанов, В. Хаджиев, Н. Попова, Р. Петрова и П. Недялкова. (2013): Прилагане на МСС/МСФО в България: Състояние и резултати. Варна, Изд. „Наука и икономика“, 2013 г.;
3. Ahmed, A., C. Takeda and S. Thomas. (1999): Bank loan loss provisions: a reexamination of capital management, earnings management and signaling effects. *Journal of Accounting and Economics*, 1999, vol. 28, pp. 1-25
4. Baltagi, B. H. (2005): *Econometric Analysis of Panel Data*. 4th ed. New York: Wiley, 2005;
5. Jackson, S., M. Pitman. (2001): Auditors and earnings management, *CPA Journal*, July 2001, vol. 71, issue 7;
6. Quagliariello, Mario. (2007): Banks' riskiness over the business cycle: a panel analysis on Italian intermediaries *Applied Financial Economics*, 2007, Vol. 17, Issue 2, pp. 119-138;
7. Wooldridge, J.M. (2002): *Econometric Analysis of Cross-Section and Panel Data*, MIT Press, Massachusetts, 2002;
8. Zhou, J., KY Chen. (2004): Audit committee, board characteristics and earnings management by commercial banks. SUNY at Binghamton Working Paper, 2004, vol.12, pp. 1-34.

Гл. ас. д-р СТАНКА РИНКОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ”, гр. БЛАГОЕВГРАД

ТРАНЗАКЦИОННИТЕ РАЗХОДИ В КОНТЕКСТА НА ИНСТИТУЦИОНАЛНАТА ПРОМЯНА

TRANSACTION COSTS IN THE CONTEXT OF INSTITUTIONAL CHANGE

Chief Assistant Prof. Dr. STANKA RINKOVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract: This article analyzes the nature, the structure and the dynamics of the transaction costs based on different criteria and approaches. The article indicates that the transaction costs are necessary tool of micro and macroeconomic analysis and a factor increasing competitiveness of the institutional structure and long-term effectiveness of the functioning of the economic system. Application of the conception of the transaction costs makes it possible to assess the occurrence and functions of the various institutions, the effectiveness of the influence upon them. On the basis of case studies are given results that formal and informal institutions are not sufficiently effective and changes are necessary in the conditions of doing business in order to increase economic freedom and efficiency of the legislative process.

Key words: transaction costs , institutions, institutional environment and institutional change , effective legislation , economic freedom

Въведение в проблема

Транзакционните разходи е термин, който се появи с институционалната икономика в началото на ХХ век. Това е периода, когато се установява, че икономическите процеси все повече не се вписват в теоретичната концепция на неокласическата теория. Основните положения в неокласицизма са за „икономическия и рационален човек“; равновесието по Парето; съвършената конкуренция; рационалния икономически субект, който има свободен достъп до информацията без да е необходимо да заплаща за нея; признават се само трансформационните разходи и т.н.

За възникването на новото направление в икономическата теория–институционализма, са приведени много предпоставки. За основател на неоинституционалната икономическа теория се смята Р. Коуз, който формулира изследователските й тези: **първо**, формиране на понятието **транзак-**

ционни разходи като фундаментални и равнопоставени на производствените /трансформационните/ издръжки; **второ**, въвеждане на понятието **информационни разходи**, т.е. разходи за търсене и получаване на информация за сделките и институциите на пазара и разглеждане на по-широк спектър на форми на собственост и договорни форми, върху основата на които се осъществява обменът. В рамките на това направление на икономическата мисъл се вписват различни теории и школи. Но за настоящето изследване за методологическа основа ще ползваме теорията за транзакционните разходи на Р. Коуз и О. Уйлямсон, теорията за правата на собственост и Новата икономическа история на Д. Норт. Последната е резултат от прилагането на теорията за транзакционните разходи и теорията за правата на собственост към историческото развитие на обществото, която има актуално съдържание и „предпи-

сания” за динамиката на транзакционните разходи, за институционалната и икономическа промяна на страните в преход. Според институционалната теория държавата трябва активно да влияе на институционалната среда в икономиката, да наложи на обществото „правилата на играта” и да контролира тяхното спазване. Този аспект на взаимодействието на институциите и транзакционните разходи сме показали в практическата част на разработката. През преходния период като единство от институционална и икономическа промяна, когато се изработват коренно различни правила /институции/ и трябва да се създават правила и институции /организации/ за техния контрол, ролята на държавата нараства, нарастват и транзакционните разходи, но това ниво трябва да се оптимизира.

Обектът на изследване са транзакционните разходи като икономическа категория и инструмент за институционална и икономическа промяна и процесите на взаимодействието между тях в трансформиращото се общество.

Работната теза е, че промените в институционалната среда у нас предизвикват нарастване на транзакционните разходи. Икономическата логика сочи, че при ефективно работещи правила /закони/ и институции /организации/, те следва да намаляват, но има и фактори, които стимулират нарастването им. Използваните методи за анализ са: историческо-логически, на научната абстракция, системния подход и аналитични проучвания на фактическите обстоятелства

В рамките на институционалната икономическа теория институционалните промени се разглеждат като непрекъснат процес. Все по-често в икономическата литература у нас се отделя внимание на транзакционните разходи и тяхното влияние на институционалната среда. Водещи автори в тази област чрез

разработване на монографии, статии, с участия в научни форуми са М. Кънев, Тр. Спасов, М. Марков, Т. Седларски, Т. Попов, Р. Лазаров, Т. Тодорова, Кр. Канева и др. Десетки световно известни автори свързват името си с развитието на институционалната икономическа теория и нейните вътрешни клонове - Р. Коуз, О. Уйлямсон, Д. Норт, М. Олсон, Х. Демсец, А. Алчиан и др. От все повече от представителите на научната общност се приема, че е необходим синтез между неокласическата и институционалната икономическа теория, което намира израз в развитието на неокласическият институционализъм с теоретичното си ново съдържание и практически измерения. Последното често се среща като научно-методологическа обосновка на микро и макроикономически анализи на сложните социално-икономически процеси в трансформиращите се икономики.

1. За транзакционните разходи

В разработката последователно се анализират условията за възникване и същността на транзакционните разходи, на критериите за разликата между трансформационни и транзакционни разходи и различните мнения, алгоритъма за тяхната класификация и динамика.

За първи път понятието транзакционни разходи е употребено от Р. Коуз /носител на Нобелова награда по икономика за 1991 г./ Когато изследва същността на фирмата /в статията ”Природа на фирмата“, 1937 г./, търси отговор на въпросите: защо съществува фирмата, защо и каква е взаимовръзката ѝ с икономическата система. Той въвежда концепцията за транзакционните разходи. Отъждествява ги с „разходи за използване на пазарния механизъм” и „РАЗХОДИ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ЕДНА ТРАНЗАКЦИЯ ПОСРЕДСТВОМ РАЗМЯНА НА ОТКРИТИЯ ПАЗАР” ИЛИ „МАРКЕТИНГОВИ РАЗХОДИ” [7, 6]. Именно чрез

транзакционните разходи Р. Коуз обяснява съществуването на противоположната на пазара йерархическа структура, каквато е фирмата. Думата транзакция има латински произход *transacio* и се определя като "единична търговска операция, бизнес-сделка или спогодба, съглашение при взаимни отстъпки". Тези разходи възникват при операции от търговски тип, при които има прехвърляне и отчуждаване на права на собственост върху обекта на сделката, правят се разходи за водене на преговори и за сключване на контрактите. В този смисъл е и определението за транзакционните разходи на Дж. Комънс, който твърди, че „транзакциите не трябва да се отъждествяват с обикновената размяна на стоки и услуги." Това е отчуждаване и присвояване на права на собственост. Разликата е като при физическото преместване на благата и прехвърлянето на правата на собственост на същите блага. Но държавата има своята роля като орган, който създава правилата за съгласуване на интересите на страните по сделката и тя е институт, който би ги принудил /санкционирал/, ако те не изпълнят задълженията си. В този смисъл е и определението на Т. Седларски за транзакцията. Той смята, че тя е „процес или действие, чрез които се определят, прехвърлят или принудително се налага спазването на права върху икономически блага /включително информация/ [4,104]. Р. Коуз, поставяйки въпроса защо съществуват фирмите, установява, че извън фирмите пазарните цени определят разпределението на ресурсите чрез пазарните транзакции. В рамките на фирмата тези пазарни транзакции не съществуват, а разпределението се извършва в резултат на административни решения. Предприемачът е този, който управлява и координира производството в рамките на фирмената структура. Двата начина за организация на производството са пазарния механизъм и фирмата.

Първият се основава на размяната, еквивалентността при размяната, взаимната изгода за двете страни, участващи в транзакцията. А вторият е подчинен на съзнателните човешки действия и административни решения. Причината за съществуването на фирмата според Р. Коуз е, че има цена и е необходимо да се направят разходи за използването на пазарния механизъм. Тук възниква и логичния въпрос за оптималния размер на фирмата и той може да се определи чрез сравнението на пределните разходи за координация на транзакциите: пазарни транзакции ще бъдат замествани с вътрешнофирмени, докато пределните разходи за следващата транзакция не се изравнят във фирмата и на пазара. Т. Етгерсон свързва съдържанието на транзакционните разходи с тези за придобиване на информация за размяната. За Й. Барзел те са разходи свързани с трансфера, установяването и защитата на правото на собственост. За К. Ароу транзакционните разходи са тези, които поддържат икономическата система на ход или разходи за управление на икономическата система. Този подход е трудно приложим за оценка и анализ на транзакционните разходи. Като „разходи за търсене и информация, за водене на преговори и вземане на решения, за следенето на договорите и тяхното изпълнение" определя транзакционните разходи К. Далман [9,14]. Макроикономически ориентирано е определението на Д. Норт - може да мислим за тях, като за всички тези разходи, възникващи при експлоатацията на една икономическа система (Норт,1992) [10,16].

Въпреки многото определения за същността на транзакционните разходи няма общоприето определение, което изисква ние да приемем такова. **Това са разходи свързани с намаляване на неопределеността и риска в условията на информационна асиметрия и разходи за гарантиране**

/разбирай дейности/ на трайно устойчиво и ефективно пазарно поведение. Това са разходи, които бизнесът прави, за да използва пазарния механизъм. Алтернатива на пазарния тип икономическа организация са административния начин на координационните решения на предприемача в рамките на фирмата. Транзакционните разходи се правят за защита на собственическите права на пазарните участници. Чрез тях се гарантира намаляването на риска и неопределеността, произтичащи от икономическите сделки, както и запазването и възпроизводството на правото на собственост на участниците в сделката. Изводът е, че ако хората имат желание да участват в пазарни операции, трябва да отделят ресурси за установяването и гарантирането на правото на собственост, за намиране на търговски партньори и за сключване на сделки. Относно видовете транзакционни разходи често се привежда класификацията от Р. Коуз в „Проблемът на социалните разходи“ /по Т. Седларски /[4,106]. С оглед на специфичният етап на пазарната сделка на който възникват, те са: **1/ разходи за търсене на информация - намиране на купувачи и продавачи, комуникация чрез фондовата борса и интернет, реклама, проучване на цени и др.;** **2/ разходи за договаряне и вземане на решения - подготовката на договорите, процедурите по сключване имат своята цена, ползването на консултанти и пр.** **3/ разходи за контрол и налагане на изпълнението-наблюдение на действията на отсрещната страна след подписването на договора, измерване на точността на доставките, налагане на изпълнение на договора по съдебен път.** Т. Тодорова класифицира транзакционните разходи според момента на възникване [5,26]. Този критерий е приложен и от авторите на учебника по Микроикономика С. Коева, И. Якимова и Д. Канев [6,387]. Те ги

разграничават на **предварителни /ex ante/ и последващи /ex post/** спрямо сключването на договора. Предварителните включват разходите за набавяне на информация, преговори и съставяне на договора, последващите са разходите по изпълнението на договорите, по измерване на изпълнението, по промяна в клаузите, за съдебно изпълнение и др. Между двата вида разходи има отрицателна зависимост. Към транзакционните разходи трябва да отнесем и тези, които прави държавата за предоставяне на публични блага чрез колективни действия. Това са разходи за ресурси в общосоциален план, за конструиране, поддържане и промяна на формалния и неформален икономически и социален ред, изграждане на законовата уредба, административната структура, правосъдие, образователна система, осигуряване стабилността на политическия ред. Заслужава да отбележим класификацията на българските автори С. Коева, И. Якимова и Д. Канев [5,395] според формата на проявление. Те са **преки и непреки** и към първите се отнасят получаване на информация, преговори между страните, запознаване на всички агенти с всички клаузи на договора. Непреките разходи са за избягване на опортюнизма и на обективни рискове.

За разликата **между трансформационните /производствените/ разходи и транзакционните ще посочим следното: трансформационните разходи са тези, които са резултат на физическото изменение на материала и в резултат на това се произвежда определена ценност - стока или услуга. Трансформационните разходи са тези, които са свързани с функционирането на системата, възникват при размяната на ресурсите чрез транзакции /сделки/, свързани са с правното преобразуване на благата. Това са ресурсите за сделките и тяхната организация – пазарни или вътрешнофирмени. „Институциите и използваната техно-**

логия определят транзакционните и трансформационните разходи, които заедно образуват разходите по производството”- пише Д. Норт. В този смисъл транзакционните разходи са от една страна свързани с институционалните изменения, а от друга – с координацията, мотивацията и адаптацията на дейността на икономическите агенти към пазара. **На микроново** това са разходите за разпределение на ресурсите, адаптиране на работещите към промените във вътрешната и външната среда. **На макроравнище** транзакционните разходи се трансформират в разходите за координация и взаимодействие на различните пазари и трансформация /икономическа и институционална/ на икономическата система.

Заслужава отделно внимание и факта, че върху размера на транзакционните разходи на микро и макроравнище влияят различни фактори. Д. Норт е разработил основните източници на транзакционни разходи на национално ниво. Те са: **необходимост от измерване на различните характеристики на стоките и услугите; големината на пазарите, която се отразява върху комплексността на отделните разменни отношения /нивото на разделение на труда/; идеологиите, осигуряващи съответствие между формалните и неформалните правила; проблемите при изпълнението на договорите; технологичният прогрес, който има двояко действие; необходимостта от разпръснатото в обществото знание.**

Пазарните и вътрешнофирмените отношения се развиват в макроинституционалния контекст на държавата и обществото. Институционалните регламентации на микроново допълват непокритите от обществените формални и неформални правила аспекти на стопански взаимодействия /тези проблеми се анализират във втората част/.

2. Институционална промяна и транзакционни разходи: теоретични подходи и емпирични измерения /за трансформиращите се икономики/

Пазарната трансформация в страните в Централна и Източна Европа е уникална. Това е съвкупност от икономически и институционални промени ведно с политическите и е ясно изразена пазарна ориентация. Институционалната промяна включва изграждането на пазарните институции-търсене, предлагане, конкуренция /принципи, правила и механизми/. Това включва създаване на нови институционални субекти, формиране на нов институционален пазарен ред и институционално поведение. За нововъзникващите пазарни икономики е необходима ”политика, която целенасочено възприема конкуренцията, пазара и цените като основополагащи принципи и използва правовата рамка гарантирана от държавата, за да направи конкуренцията колкото е възможно по-ефективна и по-полезна” пише Фр.Хайек [6,174]. Пазарната трансформация е преминаване от висока степен на централизация към принципите на икономически плурализъм и либерализъм в цялата система от икономически структури; от административно-централизирани механизми на управление към държавно-пазарен механизъм на координиране на връзките между икономическите агенти. Промените са комплексни в икономическите структури на обществото - смяна на икономическите основи чрез приватизацията. Смяната в икономическата парадигма промени и механизмите за координиране и регулиране на поведението на микроединиците и на макроикономическата система в цялост, на правните основи за функциониране и развитие на социално-икономическата система. Процесът на институционализация включва реорганизация и пренаписване на институционални форми, правила, роли и стандарти,

переразпределение на ресурси и промяна на принципи за разпределение.

Теорията на Норт за институционалната промяна и транзакционните разходи предлага обяснителна схема за икономическото развитие на обществата, вкл. и в периоди на преобразуване на институционалния обществено-стопански ред /каквото е преходът от социализъм към капитализъм/. Самата теория Д. Норт развива, като търси последователно обяснения за икономическата и институционалната промяна - от имуществените права, през транзакционните разходи до предимно неформалните институции, нагласи и пр.

„Институциите са съвкупност от създадените от хората правила и норми, които са ограничители за икономическите субекти, както и съответните механизми за защита и контрол на тяхното поведение” - пише Д.Норт [1,18]. Според него "институциите са общите „правила на играта"-формални и неформални, които структурират пространството на социални и икономически взаимодействия. Но има и институции /организации/ и процедури, които осигуряват спазването на тези правила" [9]. Формалните институции са правила, писани от законодателя, които се кодифицират и приемат от останалите членове на обществото. Те ограничават поведението на хората, ориентирани са проблемно, създадени са и се променят целенасочено. Нека посочим за пример необходимостта от постоянно усъвършенстване на правно-нормативната уредба в страната като обективен, социално и политически значим процес. Неформалните институции са неписани правила, концепции, традиции и обичаи, които ограничават или мотивират индивидите в преследването на целите. Правилно М. Кънев сочи, че **„историята е история на технологии и институции”**[3,42]. Институциите наред с разполагаемите ресурси, технологиите и качеството на човешкия капитал - чрез

установяваните от тях стопански ред и равнище на разходите определят конкурентността, заетостта и благосъстоянието в обществото. Институциите постепенно се структурират и се изгражда институционалната рамка на обществото. Институционалната структура е съвкупност от институциите, които създават матрицата за икономическото поведение, определят ограниченията за стопанските субекти и се формират в една или друга система за координация на стопанската дейност. Институционализирането на новите пазарни субекти - държавни органи, бизнес структури, неправителствени организации, е бавен и труден процес. Освен промяна в писаните правила за конституирането и функционирането са необходими реални и работещи механизми за прилагането им и реални промени в неформалните правила, в мисленето и поведението на хората. Именно институционалната среда, която включва механизмите на институционалните изменения, пряко корелира със структурата и динамиката на транзакционните разходи. Основната функция на институциите е да намалят транзакционните разходи, извод, който се прави от Д. Норт [1,23]. По принцип това твърдение има логично обяснение, защото: **институциите определят границите на поведение на индивидите; те намаляват сложността на междуличностните взаимоотношения и регулират тези между стопанските агенти; те прилагат санкции на лицата и икономическите субекти, които реализират институционално непозволени деяния - действия, бездействие, опортюнистично поведение** и пр. Институциите допринасят за редуциране на неопределеността и минимизиране на риска във всекидневната стопанска дейност. А това е важно условие за разширяване на пазарите и икономическото развитие. Задълбочаването на общественото разделение и специализацията в глобализиращата се икономика водят до

все по-сложни форми на икономически взаимоотношения и засилваща се несигурност относно стратегическото поведение. Това предизвиква нарастване на транзакционните разходи за набавяне на информация, подготовката, сключването и контрола на договорите. Тази несигурност може да бъде намалена чрез институционална регламентация.

За успешното институционално развитие Д. Норт отделя специално внимание на идеологиите /това са общите нагласи сред населението/. Тези нагласи могат да са причина за приемането или отхвърлянето или поне за възникване на трудности при прилагането на формалните правила /закони, норми, и регулации/. А тези трудности предизвикват нарастване на транзакционните разходи [1,34].

Нека обобщим основните изводи в теорията на Д. Норт, приложими към процесите на институционална и икономическа промяна в страната. Транзакционните разходи са един от основните фактори за икономически растеж. Нарастването на тези разходи повишава „цената“ му поради това, че те ограничават възможностите за използване на предимствата на разделението и специализацията. Теорията предвижда увеличаване на транзакционните разходи в резултат на институционалната и икономическа промяна поради реструктуриране на икономическите основи и промяната на имуществените права, смяната на формите на собственост, появата на нови пазарни субекти, повишаване на несигурността и риска от иманентно присъщите процеси за пазарната икономика - инфлация, циклично развитие на икономиката и пр. Но за това съдействат и опортюнистичното поведение на икономическите субекти, сивата икономика, корупцията, създаване на специални органи за контрол и пр.

От направени изследвания за динамиката на транзакционните разходи

през преходния период е видно, че те са се увеличили за периода 1997 г. – 2003 г. от 40% от БВП до 52% през 2003 г./ Т. Седларски, с.128/. Може да се очаква в резултат на по-ефективното функциониране на институциите в страната тези разходи да бележат обратна тенденция. Институционалното устройство на пазарната икономика има перманентно да разрешава два проблема. Първият е да стимулира ефективното използване и развитие на нови технологии и вторият е, като изхождаме от презумпцията, че ефективните институции ограничават размера на транзакционните разходи, то тази функционална зависимост трябва да се изпълва с реално съдържание. Разбира се, трябва да отбележим и обратната посока на влияние - транзакционните разходи също влияят върху възникването и прилагането на институциите.

Преходът към пазарна икономика у нас доказва, че проблемът за бавната техническа и технологична модернизация и високата социална цена, която плаща всеки от нас, не е само в неефективната държавна собственост, която беше разграбена не по най-легалните способности и в командната икономика. Промените са необратими, но основната част от тях са в юридическите и икономическите гаранции на правата върху различните форми на собственост при тяхното функциониране, проблемите са и в усло-вията за правене на бизнес, в икономическата свобода, в неефективното законодателство и неговото правоприлагане. В разработката поради ограничения ѝ размер накратко ще представим резултатите от провеждани ежегодни класации за индикатори и система от показатели, които са отражение на реалните процеси на институционалната и икономическа промяна в страната и в сравнителен план ни дават стойностна информация за това ”къде сме в световните класации”. Използваните методологии и

методики за получените стойности на показателите не е предмет на настоящето изследване. Посочените резултати дават отговор на въпросите доколко ефективно работят институциите, за условията за „правене на бизнес“ и доколко е ефективно законодателството и за необходимите промени. Източниците на данни са от сайта на Институт за пазарна икономика /www.ime.bg/.

а/ Икономическата свобода 2012 – изследването е на фондация Херитидж.

Последното издание за Индекса на Икономическа свобода разглежда различните аспекти на икономическата свобода в 184 страни по света.

Икономическата свобода е фундаменталните права на всеки човек да контролира своя труд и собственост. Страните с по-високи нива на икономическа свобода имат по-висок стандарт на живот, ниски нива на корупция, устойчиви макроикономически показатели и ефективни институции. Икономическата свобода се измерва по 10 показатели, разпределени в 4 категории. Първа категория - **”Върховенство на закона”** е с показатели: право на собственост, свобода от корупция. Втора категория - **„Държавна намеса”** е с показатели: фискална свобода и размер на правителството. Третата категория - **„Ефективност на регулациите”** – е с показатели - свобода на бизнеса, свобода на труда, парична свобода. Четвърта категория **”Отворени пазари”** - свобода на търговията, инвестиционна свобода, финансова свобода. Най-високата стойност на икономическата свобода е 100 пункта. Средната стойност за 2012 год. е 59.5 пункта. Резултатите за България за 2012 год. са 64.7 пункта и сме на 61-во място в световната класация в групата на умерено свободните държави. Пред нас са Албания и Тайланд, а след нас са Румъния и Полша. Подобрението е с 0.2 пункта спрямо предходната година - 2010. Страната през последните 10

години се представя по-добре от средното ниво в света в повечето категории, но продължава да има проблеми и изостава в сравнение с редица европейски страни. От общо 43 държави в региона страната е на 27 място, а в ЕС на 20 място. Нарастването на преразпределителната роля на държавата след 2009 г. и бюджетния дефицит понижиха оценката за размер на правителството. Свободата на бизнеса отбелязва спад, което е резултат от липсата на напредък в опростяването, намаляването и ускоряването на процедурите за стартиране на бизнес. Влошени са резултатите за свобода на търговия и свободата от корупция, съответно с 0.5 и 2 пункта. Оценките на страната за другите три категории - право на собственост, инвестиционна свобода, финансова свобода остават непроменени спрямо 2010 г. Страната е под средните стойности в света по следните категории: правото на собственост, свободата от корупция и размерът на правителството. От създаването на Индекса /1995 г./ до последното му издание през 2012 г. България последователно преминава от групата на репресираните и преобладаващо несвободните икономики **в групата на свободните държави /от 2005 г./**. При сравнение на показателите за последните пет години, откакто страната е член на ЕС, се установява задържане на показателя право на собственост - 30 пункта, влошаване на показателя свобода от корупция /т.е корупцията се увеличава/; намалява показателят размер на правителството със 7.5 и инвестиционната свобода също се влошава. Значимо нарастване с 11 и 15 пункта регистрират съответно фискалната свобода и свободата на търговия. Изводът е, че икономическата свобода в страната е далеч от средното ниво в ЕС. Особени притеснения има за свободата на бизнеса, свободата от корупция и защитата на собствеността.

Б/Правене на бизнес 2012 е изследване на Световната банка, с което се дава оценка за правилата за бизнес в повечето страни по света. За 2012 г. са включени 183 страни и съдържа информация за 10 показатели. Те засягат правилата, регулациите и регламен-тациите относно: **започване на бизнес - включва процедурите и разходите свързани със започване на бизнес; достъп до електричество; издаване на разрешително за строеж; регистриране на собственост; достъп до кредити; защита правата за инвеститорите; плащане на данъци; международна търговия, изпълнение на договорите; закриване на бизнес.** През 2011 г. България е на 59 място от 183 страни и стойността на индекса пада с два пункта, което означава, че условията за правене на бизнес се влошават. Страната изостава по отношение на издаване на разрешителни за строеж, достъпа до електричество. Губим позиции и по започване на бизнес и защита правата на инвеститорите. При издаване на разрешително за строеж най-тежкият фактор е цената, която през 2012 г. е 317% от дохода на глава от населението в сравнение с едва 17.8% в Хонконг. Нужното време за разрешително е 120 дни. Свързването на имоти с електроразпределителната мрежа също е с голяма процедурна и финансова тежест. Относно започването на бизнес има изискуеми процедури, които отнемат повече от 15 дни и те се съпътстват с немалки такси. Процедурите по несъстоятелност отнемат повече от три години и разходите по тях са около 9% от стойността на собствеността. Има спад във възвръщаемостта на задълженията от кредиторите. Подобрения има при плащането на данъци, при разходите за регистрация след изнасянето на търговските регистри извън съдебната система.

Изводът е, че реформите се правят бавно и мъчително и недостатъчно

ефективно. Необходимо е законодателството да се подобрява не „на парче“, а комплексно, необходим е и административен капацитет, за да се случват реформите. Всичко това ще има за резултат ефективно работещи институции, облекчаване на административното и финансово бреме за бизнеса. В контекста на тези изводи ще представим и проблемът за цената на лошия законодателен процес. У нас отскоро се насочи общественото внимание вкл. и на Парламента относно факта, че е необходима оценка за разходите и ползите от приемането на законите и другите нормативни актове.

в/ За цената на законодателния процес/ за „производството“ на институции/.

Държавното регулиране включва следните инструменти: данъците, държавните разходи и регулациите. Те са необходими на държавата като особен институт, за да стимулират социално-икономическото развитие. Над 1500 закони, наредби, постановления, инструкции и решения се публикуват годишно в Държавен вестник. За повечето нормативни актове е много трудно да се намери оценка за конкретните размери на разходи и ползи, произтичащи от тях за бизнеса, гражданите, администрацията и бюджета. **Това че е трудно, не значи, че не е необходимо.** Регулациите /формалните институции/ се приемат просто като правила за поведение, но не се знае цената която се плаща за тях при „производството“ и прилагането им. Смятаме, че в Закона за нормативните актове ясно се сочи необходимостта от формулиране на мотивите, за да се предложи един проект за нормативен акт /чл.28 ал.2/ мотивите да съдържат...т.4 финансови и други средства необходими за прилагането на новата уредба, очакваните резултати от прилагането вкл. и финансовите, ако има такива, и анализ за съответствие с правото на ЕС [12]. Практиката показва, че изискването

за изчерпателни мотиви не се спазва. Необходима е реална оценка за въздействието и според стандартите на ЕК. Оценката е единство от няколко етапа при което се подготвят доказателства за предимствата и недостатъците от планираните политики чрез оценка на тяхното потенциално въздействие. Несигурността, произтичаща от неясните ефекти и честите промени на законодателството е висока, което стимулира нарастването на транзакционните разходи.

В разработката поставихме за обсъждане актуални проблеми за настоящето развитие на страната в ракурса им на микроикономическите и макроикономически процеси и явления. Приложените инструменти на институционалния подход за анализ – транзакционни разходи и институции, са нова възможност за актуални теоретични по съдържание и практически значими изследвания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Норт, Д., 2000, Институции, институционална промяна и икономически резултати, С., Изд. „Лик“
2. Коева, С. и колектив, 1994, Микроикономика, Варна, изд. „Принт“
3. Кънев, М., 2005, Неокласическият институционализъм в икономическата мисъл, сп. „Диалог“, бр.1
4. Попов, Т., Седларски, Г., 2012, Институционална икономика, С., Унив. издателство
5. Тодорова, Т., 2004, Преди и след Коуз: ролята на институциите, Икономическа мисъл, бр.6
6. Хайек, Фр., 1994, Право, законодателство и свобода, С., Унив.издателство
7. Coase, R., 1988, The Nature of the firm, Chicago, University of Chicago Press, p.6, *Статията е преведена на български в сп.Икономическа мисъл, бр.6 ,1994 г
8. Эроу, К., Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов /Thesis 1993 Т. 1, в, пуск 2
9. Dahlmah, С., 1971, The problem of Externality, The Journal of Law and Economics , 22 April, 1971, p.14
10. North, D.C., 2005, Understanding the Process of Economic Change, Princeton University Press
11. Williamson, O., E.2000, The New Institutional Economics, New York and Oxford
12. Закон за нормативните актове, Д.В., бр.36 от 1973 г и посл.изм. Д.В., бр.67 от 2007 г.
13. www.ime.bg, Институт за пазарна икономика

Гл. ас. д-р ВЯРА КЮРОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**РОЛЯТА НА МАРКЕТИНГА В АНТИКРИЗИСНОТО УПРАВЛЕНИЕ НА
ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС**

THE ROLE OF MARKETING IN ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN HOTEL BUSINESS

Chief Assistant Prof. Dr. VYARA KYUROVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: Currently, the hotel business works in condition of finance and economic crisis. The crisis turns out negative influence to tourist consumption as well as economic activity of hotel business. Main sense for effective management of this kind of business has learning and knowing the processes, which going along with beginning and running crisis processes and abilities for their overcome. In this kind of condition, main requirement for economic development of hotel business has appear his active work on the market. For the purpose is necessary that this kind of business to form and proceed marketing policy adequate on changes of inner and outer environment. In this context, the purpose of this working out is to reveal the role of marketing in condition of anti-crisis management in hotel business.

Key words: marketing, anti-crisis management, hotel business

ВЪВЕДЕНИЕ

Понастоящем хотелиерският бизнес работи в условия на финансова и икономическа криза. Тя оказва съществено влияние върху ограничаване на разходите на туристите и продължителността на тяхната почивка. Същевременно предприемачите в сферата на хотелиерството са заставени да вземат управленски решения при наличие на висока степен на неопределеност на туристическия пазар, намаляване на търсенето на хотелиерски продукти и остра конкурентна борба. Това от своя страна рефлектира върху намаляване на обема на продажбите и като резултат върху доходността на хотелиерското предприятие, а също и до отказ от завоюване на нови пазари. В тази връзка В. Иванов и А. Волон считат, че естествено следствие от намаляването на пазарното търсене на услуги и намаляване доходите на хотелите се явява увеличаване на въздействието

върху маркетинговия бюджет, съкращаване на разходите за реклама и насърчаване на услугите¹.

При организиране на своя бизнес, особено в условия на криза, основна цел на предприемачите в сферата на хотелиерството е да направят съществувания бизнес ефективен, да намерят неговия потенциал и да създадат неговото бъдеще². Същевременно ефективността на управлението в кризисни ситуации се определя от готовността на предприемачите за преодоляване на потенциалните кризисни явления, от наличието на резерви, от нивото на превантивните мерки, от ефективността на използваните методи³

¹ Иванов, В. В., А. Б. Волон, Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе, Инфра-М, Москва, 2010, с. 128

² Друкер, П., Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения, Гранд- Фаир Пресс, Москва, 2002, с. 24

³ Филипова, М., Управление на предприятието в кризисни ситуации, Унив. изд. «Н. Рилски», Благоевград, 2009, с. 142

и от формирането и провеждането на адекватна на кризисната ситуация маркетингова политика. Данните от маркетингово проучване през 2010 г. на десет генериращи пазара на български туризъм (в тях се включват Германия, Великобритания, Русия, Швеция, Чехия, Украйна, Турция, Гърция, Румъния и Сърбия) обаче показват, че е наложително усъвършенстването на управленските и организационни механизми. Според Фрайтаг на база на резултатите от това проучване България е ниско конкурентоспособна на тези пазари. Важно условие за значителното увеличаване на броя на чуждестранните туристи е реализирането на правилни маркетингови стратегии и подходящи маркетингови дейности на международните пазари¹.

Целта на разработката е да се разкрие ролята на маркетинга за антикризисно управление на хотелиерския бизнес.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЯ

Важно значение за ефективно управление на хотелиерския бизнес има изучаването и познаването на процесите, съпътстващи възникването и протичането на кризисни ситуации, както и възможностите за тяхното преодоляване. Именно маркетингът е основен инструмент, позволяващ на хотелиерския бизнес да изясни своите пазарни възможности и да излезе от кризисната ситуация с най-малко раз-

¹ Фрайтаг, Р., 2010, Проучвания на десет генериращи пазара, Презентация, във връзка с проект: Схема за безвъзмездна финансова помощ В161РО001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг натуралистическия продукт и подобряване на информационното обслужване“ по проект ВГ161РО001/3.3-01/2008/001-1 "Маркетингови проучвания и оценка на ефективността на националния маркетинг", Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013, с възложител: Министерствена икономиката, енергетиката и туризма и изпълнител Консорциум АТЦ, <http://www.mi.government.bg/bg>

ходи и загуби. В този смисъл е становището на В. Пивовар, че маркетингът е централното звено при провеждане на различни процедури за антикризисно управление по отношение на оценяването на перспективите за пазара и за предприятието². Според В. Иванов и А. Волон основен обект на антикризисно управление в хотелиерския бизнес се явява маркетинговата политика³.

Основните направления на антикризисния маркетинг в хотелиерския бизнес и основните инструменти, които предприемачите следва да прилагат за устойчиво развитие на хотелиерския бизнес в кризисни ситуации, са представени в таблица 1.

Съвременният маркетинг е важен инструмент за осъществяване на връзката между предприемачите в сферата на хотелиерството (производители на хотелиерския продукт) и туристите (потребители на хотелиерския продукт) в процеса на размяната. Наред с това той е обвързан с всяка дейност на хотелиерското предприятие и се включва във всеки етап на бизнеса – планирането, разработването на асортимента на продукцията, икономическия анализ, стимулирането на продажбите и др.⁴. По този начин маркетингът има обединяващо значение за бизнеса. Същевременно успешното позициониране на хотелиерския пазар е невъзможно без използване на механизмите на антикризисния маркетинг като създаване на нови характеристики на хотелиерския продукт, целящи възстановяване на търсенето на услуги,

² Пивовар Е.В., Маркетинг – концепции для решения кризисов, Четвърта международна научна конференция «МЕГУНАРОДЕН ДИЯЛОГ: ИСТОК-ЗАПАД» (КУЛТУРА, СЛАВЯНСТВО И ЕКОНОМИЯ), Свети Николе, Р.Македонија - Тамбов, Руска федерация, 2013, с. 614

³ Иванов, В. В., А. Б. Волон, Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе, Инфра-М, Москва, 2010, с. 23

⁴ Мадгерова, Р., Управление на маркетинга, В: Организация и управление на малкия бизнес, Лангов, Благоевград, 2012, с. 130

насърчаване на специално разработени модели на гъвкаво ценообразуване, повишаване на ценността на маркетинговите решения в условията на ограничена ресурсна база, управление на брѐнда и защита на имиджа на хотела за обезпечаване на конкурентоспособността¹.

В условията на криза важно условие за икономическо развитие на хотелиерския бизнес се явява неговата

външната и вътрешна среда маркетинговата политика. От правилния избор на продуктовия асортимент, цените, пласментните канали и методите за стимулиране на продажби зависи не само оцеляването на хотелиерското предприятие при кризисни ситуации, но и стабилно развитие в дългосрочен аспект.

Таблица 1. Основни направления на антикризисния маркетинг в хотелиерския бизнес

Направления	Основни инструменти
Увеличение на пазарния дял	<ul style="list-style-type: none"> ➤ увеличаване на ефективността на продажбите; ➤ фокусиране върху ключовите клиенти и пазари; ➤ повишаване на маркетинговите кампании.
Засилване на позициите на марката	<ul style="list-style-type: none"> ➤ повишаване на известността и разпознаваемостта на марката; ➤ постоянство на качеството на обслужване; ➤ лоялност на клиентите и партньорите; ➤ корпоративна култура; ➤ отличителна характеристика; ➤ превъзходство над конкурентите.
Оптимизация на дистрибуционната политика	<ul style="list-style-type: none"> ➤ съкращаване на броя на посредниците по пласментната верига; ➤ увеличаване на дела на собствените пласментни канали; ➤ ефективно целево ценообразуване.
Защита на имиджа на хотела	<ul style="list-style-type: none"> ➤ комуникации; ➤ формиране на антикризисен имидж.
Изменение на продукта	<ul style="list-style-type: none"> ➤ повишаване на ценността на продукта; ➤ акцент върху конкурентните преимущества на бизнеса; ➤ разширяване на фазите на ръст и зрялост на жизнения цикъл на продукта; ➤ експанзия на нови пазарни сегменти; по-точно позициониране.

Източник: Иванов, В. В., А. Б. Волов, Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе, Инфра-М, Москва, 2010, с. 130

необходимо този бизнес да формира и провежда адекватна на измененията на

¹ Иванов, В. В., А. Б. Волов, Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе, Инфра-М, Москва, 2010, с. 3

Върху ефективността на маркетинговата дейност на хотелиерския бизнес оказват влияние факторите на маркетинговата среда. Имайки предвид, че те влияят и върху потребителите, то тяхното познаване се явява важно условие за дългосрочно и краткосрочно прогнозиране на дейността на хотелиерското предприятие, а също и за използване на благоприятните възможности. Това означава, че реализацията на стратегическо маркетингово управление на хотелиерския бизнес при възникване на кризисни ситуации трябва да се опира на маркетингова информация и прилагането на система от всеобхватни анализи на заобикалящата среда, включително на конкурентите и пазара, т.е. на осъществяването на постоянен мониторинг на външната и вътрешна среда. Необходимо е да се има предвид, че мониторингът на маркетинга включва: анализ на системата за набиране и обработка на маркетингова информация; организация на маркетинговите проучвания; сегментация и избор на целеви пазари; формиране на маркетингов микс; управление на маркетинга на предприятието. В този смисъл мониторингът на маркетинга осигурява необходимата маркетингова информация за вземането на редица стратегически и тактически управленски решения, свързани с антикризисното управление на хотелиерския бизнес.

За ефективно функциониране на хотелиерския бизнес и повишаване на конкурентоспособността на хотелиерското предприятие в условия на криза важно значение има идентифицирането и управлението на маркетинговите ключови фактори за успех. Тяхното познаване и прилагане от предприемачите в сферата на хотелиерството дава възможност за постигане на значими икономически ползи за хотелиерското предприятие, по-пълно удовлетворяване на потребностите на туристите и в резултат повишаване на равнището на

потребление, висока устойчивост на пазара и оптимално позициониране на целевите пазари. В тази връзка Р. Димитрова посочва, че към тези фактори се отнасят високо ниво на след-продажбено обслужване, широка номенклатура и асортимент, оптимални канали за реализация, максимална скорост на доставките, ниски разходи за реализация¹, а според нас и комплекс от рекламни средства и оптимални канали на разпространение на рекламното послание.

Особено важно значение за постигане на успех в бизнеса има изискването за планиране на дейността на предприятието в сферата на маркетинга. Планирането на маркетинговите дейности е основен инструмент от управлението на маркетинга. Маркетинговото планиране е подход, осигуряващ на предприятието възможност за анализ на дадена ситуация, за определяне на силните и слабите страни на конкурентите и на тази основа създаване и поддържане на конкурентни предимства в дългосрочен аспект. За ефективна стопанска дейност на хотелиерския бизнес в кризисни ситуации голямо значение има стратегическото планиране. В тази връзка М. Филипова посочва, че много предприятия използват стратегическото планиране, за да предвидят евентуални кризисни ситуации, които могат да възникнат извън границите или вътре в предприятието².

За постигане на ефективно антикризисно управление считаме, че хотелиерският бизнес е наложително да предприеме следните маркетингови мерки:

¹ Димитрова, Р., Техники за развитие на конкурентоспособността на предприятието, В: Проблеми на малкия бизнес, Лангов, Благоевград, 2012, с. 31

² Филипова, М., Управление на предприятието в кризисни ситуации, Унив. изд. „Н. Рилски“, Благоевград, 2009, с. 73

Първо, предприемачите в сферата на хотелиерството следва да прилагат адекватна на кризисната ситуация тактика. В научната литература се посочва, че те могат да прилагат следните два вида тактики - защитна и настъпателна¹. М. Филипова препоръчва прилагането на настъпателната тактика, тъй като тя е най-ефективна и е свързана с провеждането на активен маркетинг, проучване и завладяване на нови пазари, увеличаване на разходите по усъвършенстване на производството чрез модернизация, обновяване на основните фондове и внедряване на перспективни технологии².

Второ, хотелиерският бизнес е целесъобразно да прилага подхода на диверсификация. При управление в кризисни ситуации този подход има важно значение за хотелиерския бизнес, тъй като позволява да се решават такива стратегически важни задачи като създаването на нови продукти и услуги, основаващи се на използването на прогресивни технологии; развитие на нови области на предприемаческа дейност; подобряване на качеството на продуктите; увеличаване на обема на продажбите, който способства за увеличаване на печалбата. Подходящо е предприемачите да прилагат стратегия на производствена диверсификация, позволяваща разширяване на продуктовия асортимент.

Трето, за да задържи завоювания пазарен дял и да увеличи продажбите хотелиерският бизнес е необходимо да предприеме действия в посока на подобряване на продуктите и разнообразяване на продуктовия асортимент. Според Л. Анастасова продуктите иновации имат най-голямо влияние

¹ Вж по-подробно Уткин, А., Антикризисное управление, Тандем, М., 2002, с. 67-75; Чернявский, А., Антикризисное управление підприємством, К., 2006, с. 134-137

² Филипова, М., Управление на предприятието в кризисни ситуации, Унив. изд. «Н. Рилски», Благоевград, 2009, с. 134

върху дългосрочната икономическа ефективност на бизнеса³. При това разработването на новите продукти следва да се основава на задълбочени маркетингови проучвания, а налагането им на туристическия пазар да се осъществява чрез провеждането на силни и въздействащи рекламни кампании. В този смисъл е становището на М. Филипова, че само активна иновационна политика заедно с инвестирането в нови технологии, продукти и услуги дават възможност успешно да се решават проблемите, свързани с изход от кризисни ситуации⁴.

Четвърто, хотелиерският бизнес трябва да разработва адекватна на кризисната ситуация маркетингова комуникационна политика. По този начин той ще създаде такъв имидж и търговска марка, които най-пълно ще задоволят предпочитанията и изискванията на потребителите. От своя страна това ще способства за осигуряване на значително търсене на продуктите на хотелиерското предприятие и за дългосрочно оцеляване на този бизнес. В тази връзка В. Иванов и А. Волон считат, че важен приоритет в условия на криза е запазване на равнището на лоялност към търговската марка. Според авторите лоялността на клиентите е най-важният фактор за постигане на устойчивост⁵.

Пето, разработването на подходяща на кризисните условия ценова политика може да се свърже с прилагане на такъв важен инструмент като сегментирането, който способства за повишаване на ефективността на процеса на

³ Анастасова, Л., Предизвикателства пред съвременния маркетинг: изводи за българските фирми в условия на засилена глобална конкуренция, сп. Икономически алтернативи, бр. 2, 2010, с. 32

⁴ Филипова, М., Управление на предприятието в кризисни ситуации, Унив. изд. «Н. Рилски», Благоевград, 2009, с. 188

⁵ Иванов, В. В., А. Б. Волон, Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе, Инфра-М, Москва, 2010, с. 136

ценообразуване. Същевременно е целесъобразно ориентирането на хотелиерския бизнес към гъвкаво ценообразуване, което позволява изменение на всички ценови ставки на хотелско настаняване в съответствие с изменение на търсенето на пазара.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изследването на проблема разкрива, че маркетингът може да се разглежда като важен фактор за антикризисно управление на хотелиерския бизнес. Успехът на предприемачите в сферата на хотелиерството зависи от способността им да формират и провеждат адекватна на измененията на външната

и вътрешна среда маркетингова политика. За постигането на тази цел е необходимо да се провеждат регулярни маркетингови изследвания и анализи на външната и вътрешна за предприятието среда.

В период на криза за постигане на по-висока ефективност на стопанската дейност и формиране на конкурентни предимства предприемачите в сферата на хотелиерството следва да използват маркетинга като основно средство, позволяващо идентифициране на пазарните възможности, за успешно позициониране на хотелиерския пазар и за повишаване на търсенето на хотелиерския продукт.

ЛИТЕРАТУРА

- Анастасова, Л., Предизвикателства пред съвременния маркетинг: изводи за българските фирми в условия на засилена глобална конкуренция, сп. Икономически алтернативи, бр. 2, 2010
- Димитрова, Р., Техники за развитие на конкурентоспособността на предприятието, В: Проблеми на малкия бизнес, Лангов, Благоевград, 2012
- Друкер, П., Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения, Гранд-Фаир Пресс, Москва, 2002
- Иванов, В. В., А. Б. Волов, Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе, Инфра-М, Москва, 2010
- Мадгерова, Р., Управление на маркетинга, В: Организация и управление на малкия бизнес, Лангов, Благоевград, 2012
- Пивовар, Е.В., Маркетинг – концепции для решения кризисов, Четвърта меѓународна научна конференција «МЕЃУНАРОДЕН ДИЈАЛОГ: ИСТОК-ЗАПАД» (КУЛТУРА, СЛАВЈАНСТВО И ЕКОНОМИЈ), Свети Николе, Р.Македонија - Тамбов, Руска федерация, 2013
- Уткин, А., Антикризисное управление, Тандем, М., 2002
- Филипова, М., Управление на предприятието в кризисни ситуации, Унив. изд. «Н. Рилски», Благоевград, 2009
- Фрайтаг, Р., 2010, Проучвания на десет генериращи пазара, Презентация, във връзка с проект: Схема за безвъзмездна финансова помощ V161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг натуралистическия продукт и подобряване на информационното обслужване” по проект BG161PO001/3.3-01/2008/001-1 "Маркетингови проучвания и оценка на ефективността на националния маркетинг“, Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013, с възложител: Министерствона икономиката, енергетиката и туризма и изпълнител Консорциум АТЦ, <http://www.mi.government.bg/bg>
- Чернявський, А., Антикризове управління підприємством, К., 2006

Проф. д. ик. н. ПЕНЮ МИХАЙЛОВ

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ТУРИЗМА КАТО ИКОНОМИЧЕСКА ДОМИНАНТА

THE CHALLENGES IN FRONT OF TOURISM AS AN ECONOMIC DOMINANT

Prof. PENJU MIHAILOV, D.E.S.

Abstract: It goes without saying that tourism must be an economic dominant. The disputation, however is whether tourism has been a key branch and a tower of the Bulgarian economy. It has been considered to be such in the public space. That thesis is predominantly been circulated in the mass media, as well as by the politicians and the people engaged in the tourist branch. The current article tries to answer the question whether there is a good reason for such an interpretation. The problems concerning the effectiveness of tourism as a branch of the economy have also been considered as well as the influence of the socio – cultural differences on the tourism development and the interrelation tourism – health. Last but not least the problem concerning the tourist rent has been examined.

Key words: tourism, economic effectiveness, tourist rent

Исторически аспекти на проблема

Изходен пункт на всяка жизнена дейност е природата. Човек е не само неин продукт, венец, но и творец. Отнемем или по някакъв начин я разрушим, жизнената среда се влошава, човек не може да възпроизвежда себе си като биологическо и социално същество.

Човек е част от природата – природно същество, тя е първична, а той произведен. Биологическата еволюция води до човешка. Човек се отскубва от природата и започва да произвежда средствата и оръдията на своето съществуване. Обграден от суровата и жестока природа, той е в плен на нейните прегръдки, сраснал и неотделим, за да оцелее, се приспособява към нея, зависи от нейната мощ и величие. Най-напред води скитнически (номадски), а след това уседнал начин на живот. Отделя се от царството на природата и в определена степен придобива власт над нея, присвоява продуктите и обективните условия в готов вид, а след това ги произвежда.

Природата и трудът според У. Пети са майка и баща на човека. Тя е не само средство за производство, но и начин той да съществува, дава му живот, а човек гледа да се приспособи към нея, да я използва и превърне в градивен материал на своя живот. Поради неразвитостта на производството, човек е негова цел и самоцел, не производството цел, а човекът – цел. По-късно при развитите форми на разделение на труда, той остава на заден план.

Размяната през този исторически период встъпва като размяна между човека и природата, „Трудът на човека се разменя срещу продуктите на природата“¹. Успоредно с това се извършва и обмен на дейност, свързана с присвояването на тези продукти. Първоначалните условия на природата се явяват като природни предпоставки, природни условия за съществуването на производителя. Животът на хората е подчинен на природата, най-напред се

¹ Маркс, Енгелс, съч. Т.3 София 1957 стр. 65-66

мисли за оцеляване, а след това за развлечения.¹

Туризмът като дейност все още е непознат, неразвитите форми на разделение на труда са пречка за това, по-късно с развитието им, проблясъци за негова проява съществуват, но те са само наченки, неоформени като система. Все пак, доколкото са налице, туризмът встъпва като религиозен, култов, поклоннически или свързан с отделни пътешествия и приключения.

Нещата обаче по-късно се променят. Всичко тече, всичко се мени, казват древните. Животът продължава. Възникват нови форми на разделение на труда, особено в по-ново време известни като глобализъм.

Глобализмът промени света, притока на хора, на стоки и капитали стана неотменима черта на нашето съвремие. Туризмът се обособи и разшири като сфера на дейност и отрасъл, неговия дял в структурата на общественото производство, а това поставя ред проблеми пред него, по-важни от които, са:

1) Необходимост от нов ред взаимоотношения между човек и природа, съжителство между тях, поддържане равновесие на екосистемата и взаимна хармония. Неадекватната намеса на човека против естествения ред на природата, нанася вреди на нея, нарушава правилата и законите на самоорганизацията, а от това страдат обществото и човека. Човек се откъсва от лоното на природата и започва да и противостои на тази основа реже клона върху който седи.

2) Това става под напора на пазарната стихия, пазарните принципи в икономиката обаче не могат да се отъждествят с тези в природата. При нея те имат по друг характер. Критерият ефективност следва да изхожда не от печалбата, а от самосъхранение и самовъзпроизводство на екосистемата.

Ако той не се спазва, тя не може да се съхрани, устойчивостта и редът на нейното възпроизводство се нарушават.

Да приведем примери в някои отношения: Хищническо използване на природната даденост; небивала сеч на гори и дървета; необосновано застрояване на жилища, хотели, ресторанти и други на площ надвишаваща нейната възможност. Да погледнем какво става в курортните комплекси „Слънчев бряг“, „Златни пясъци“ и други селища от подобен род, за да се убедим в неправилния подход в определяне на границите на изграждане на туристическите комплекси.

3) Тук започват да действат пределните величини. Ако факторите на производство се замразят, а един остане променлив, то с нарастването на този фактор до определен предел, производителността се повишава, а след това намалява. Жизнената среда се стеснява, туристическият поток се свива и в крайна сметка се преминава към други туристически дестинации. Това се среща в много страни – разруха на туристическия комплекс, преминаване към нови зони, гарантиращи по-добър отдох и развлечение.

4) Някой ще каже, че редът се възстановява от хаоса, което е твърде скъпо за обществото. Хаосът разстройва самоорганизацията на природата, което е пагубно за обществото и самия туризъм. Новите елементи в неговата организация и управление са пречка нормално да функционира естествения ред на природата. Това значи, че взаимоотношението човек-природа не бива да става единствено от икономически критерии, а от самосъхранението на природата като даденост, встъпваща като изходна предпоставка за функциониране на туризма.

5) Тези въпроси са предмет на обсъждане на множество форуми: Стокхолм (1972 година) – Всемирна конференция по оръжаващата среда, а

¹ Маркс, Енгелс, съч. Т.46 , ч. I . 1978 с. 413

също и тази на ООН – Рио де Жанейро (1992 година). В тях прозира схващане, че всяко развитие на икономиката, пренебрегвайки законите на природата, превръща земята в пустиня, открива пътя към нейното самоунищожаване, т.е. застрашава самото съществуване на човечеството.

6) Обкръжаващата ни жива и нежива материя е продукт на системата природа, човекът и обществото като част от нея следва да работят на основата на единни принципи, а той с поведението си да не ги парализира и в крайна сметка разрушава.

7) Благото трябва да се използва по предназначение – да задоволява човешките потребности (А. Маршал)¹. Природата не е нищо освен благо, висше благо, „дар Божии“, ако може така да се каже. Земята е тъкмо такова благо, ние получаваме продуктите ѝ в готов вид без усилие на човека, но при уседнал начин на живот, с помощта на труда.

8) Човек трябва да съгласува своите действия в съответствие със законите за самоорганизация на природата. Иначе ще пострада. Тук са възможни няколко варианта: **първо**, съхраняване на природата съобразно нейните ресурси, потреблението на ресурси, отговарящи на възможностите на природата, постигане на равновесие в екосистемата; **второ**, формиране на структура в туризма, противоречаща на самоорганизацията и самосъхранението на природата, действия на човека, разрушаваща тази самоорганизация; **трето**, отмъщение на природата против необоснованото действие на човека, влошаване на жизнената среда и произтичащите от това последици за биоразнообразието и възпроизводство на човека; **четвърто**, деструкция на туризма като дейност, сковаване на неговия жизнен цикъл и прочее; **пето**, облагородяване и очовечаване на природата с оглед целите и

потребностите на човека; **шесто**, ако приемем туризма като затворена система, противоречаща на обкръжаващия ни свят, срокът на неговия жизнен цикъл се съкращава. Най-добре е туризмът да се развива с времето, преустройството на обкръжаващия свят да е с времето и скоростта на неговото изменение.

9) Природата като обективна даденост е плод не само на нейното творение, но и на човека. Човек не само отразява битието, но и го твори. В процеса на труда, природата се очовечава. Тя е не само „неорганично тяло“, но и жизнена дейност за човека. Законите на развитието ѝ поражат устойчивост, когато човек се съобразява с тях. Днес обаче не се получава това. Хората са виновни за глобалното затопляне на климата и хищническо използване на природните ресурси. Ако тези аномалии в стратегически план не се променят, туризмът ще пострада.

10) Природата като система има свойството сама да създава недостижими елементи за своето функциониране, да възпроизвежда естествения ред, т.е. ония исторически условия, на които тя се основава. Но самодостатъчността ѝ може да бъде нарушена от безумието на човека, от необоснованото вмешателство. Това създават много политики и държави, но ламтежът за печалба превишава този на разума.

11) При оценка на екосистемата би следвало да се изхожда от ефективността на макросферата, може би е нужно да се изходи от принципа на Парето, т.е. да се отчитат интересите на всички участници в запазването на тази сфера: Човек–общество–природа. Човек трябва не само да отрази тези интереси, но и да осигури приоритет на природата като даденост за тяхното осъществяване. Подобряване състоянието на едно, не трябва да става за сметка на влошаване на друго. Много дейности в туризма противоречат на посочения критерий, а това значи, че не се отчитат

¹ А. Маршал. Принципы политической экономии, Изд. Прогресс. Москва, 1983. С. 112- 125

интересите на т.н. триада: Човек–общество–природа.

И така, туризмът се изправя пред нови предизвикателства. Целта на разработката е да постави някои незасегнати или слабо засегнати въпроси пред туристическата мисъл, нейната самоорганизация, но и на човека.

ТУРИЗМЪТ КАТО ИКОНОМИЧЕСКА ДОМИНАНТА

1. Туризмът - ключов отрасъл или влекач на икономиката?

Не подлежи на спор, че туризмът трябва да бъде икономическа доминанта. Спорът обаче е дали той е ключов отрасъл и влекач на икономиката? В публичното пространство се смята, че е такъв. Тази теза най-вече се тиражира в средствата за масова информация, а също и от политиците и хората работещи в този бранш.

Има ли основание една такава трактовка или не?

На пръв поглед – да, но вникнем ли по-дълбоко в същината на нещата, ще видим, че това не е така. Преди да изразим позицията по въпроса, нека видим вероятните аргументи в защита на тезата: *туризмът – ключов отрасъл или влекач на икономиката.*

1. Това твърдение е плод повече на емоционални, психологически фактори, отколкото израз на реални процеси.

2. Ако приемем трактовката за вярна, това значи другите отрасли са производни от туризма, те са негово обслужващо звено, развиват се в зависимост от значимостта и разширяването на самия отрасъл, т.е. от обстоятелството, че е ключов отрасъл и на тази основа влекач на икономиката.

Тези разсъждения, колкото и значими да са за самите автори, не са издържани от практическа и теоретическа гледна точка. Уязвимите неща

пораждат ред възражения и те могат да се сведат до следното:

Първо, при една неблагоприятна конюнктура, криза, природни бедствия, военни стълкновения и пр., туризмът не може да е водещ отрасъл и не би могъл да е влекач на икономиката, да тегли всички нейни отрасли.

Второ, да бъде ключов отрасъл на икономиката, значи на туризма да се придаде монополно положение. Монокултурността не е най-добрият признак за икономиката. В арабските и други страни, нефтът заема доминиращо място в структурата на производството, но, ако се открие друга суровина, която го измества и превръща в страничен продукт, икономиката ще пострада. Затова е нужно производството да се диверсифицира по различни направления, с оглед да се намалят загубите при едни екстрени обстоятелства.

Трето, натъкваме се на сложен теоретичен казус: икономиката е полиструктурна система, състояща се от много части и елементи, които я формират. Всички части в йерархията представляват една субординирана система, но всяка такава има свой скелет, конституиращ признак, ядро, основно, коренно качество.

Може ли това ядро да е туризмът?

Съмняваме се в такава постановка. Ако я приемем за вярна, то, по пътя на логиката, другите отрасли (земеделие, търговия, индустрия и др.), независимо от своята автономност, потопени в структурата на основната форма на производство, са подчинени на тази форма и следват нейната насоченост.

„Във всички форми на обществото има едно определено производство, което определя ранга и влиянието на всички други и чийто отношения следователно определят ранга и влиянието на всички останали. То е осветление, в което са потопени всички останали багри и което ги модифицира в тяхната специфичност. То е особен етер, който

определя специфичното тегло на всяко изпъкващо в него съществуване”¹.

Тук възникват следните въпроси: **първо**, дали туризмът в структурата на икономическата система е определящо производство, т.е. основно производствено отношение; **второ**, дали определя ранга и влиянието на всички други отношения; **трето**, дали туризмът ги модифицира и подчинява на себе си, определят ли те неговата насоченост. И така, в заключение не омаловажаваме ролята на туризма в обществения напредък, противници сме обаче на неговото възвеличаване, в смисъл че е ключов отрасъл и влекач на икономиката. Предимственото му развитие не бива да го превръща в такъв.

Твърди се, че **туризмът** трябва да бъде доминиращ отрасъл, влекач на икономиката. Тази теза обаче не е достатъчно обоснована. Тук има препъни камъни:

Първо, туристическите обекти са уникални и невъзпроизводими по площ и красота, следователно те имат праг на развитие;

Второ, при една неблагоприятна стопанско-политическа конюнктура притокът на туристи ще намалява;

Трето, пределните величини и законът за намаляващата се възвращаемост по-осезаемо се проявяват;

Четвърто, частният капитал, в стремежа да получи по-голяма печалба, предприе незаконно строителство, което влоши жизнената среда;

Пето, динамичният живот и нараналото нервно-психическо напрежение заставя човека да се върне в лоното на природата, да почувства нейната мощ и девственост, но тя е разрушена – отливът от туристи ще се засилва.

Инфраструктурата и земеделието не могат да бъдат ключов отрасъл и доминиращ принцип на

евроинтеграцията. Ако се превърнат в такъв, това значи да станем ханче за отсядане на чужденците да пият бирата си и да заглеждат нашите хубавици. Ако за Европа това е изгодно, за нас – не.

Земеделието трябва да се развива, но се натъква на някои обективни ограничители, по-важни от които са:

Първо, земята като стопански обект и ресурс е ограничена по площ, земи, с редки изключения, могат да се създадат;

Второ, пределната ефективност на капитала може да бъде с неизменен, повишаващ и намаляващ се ефект;

Трето, продуктивността и доходът на земята има граници, добивът, за разлика от промишлеността, не е безграничен;

Четвърто, земеделието е разрушено и опустошено, кооперативните стопанства не се преобразуваха на акционерна основа;

Пето, поради високите издръжки земе-делието не е конкурентоспособно, земята е накъсана на парчета, обработката е затруднена от гледище на научно-техническия прогрес;

Шесто, ЕС разполага с излишък от продукция, родната – нежелана, ние не да изместим чуждата. Въпреки това почти нищо не се прави за модернизация на земеделието или ако се прави, е недостатъчно то да бъде на европейско ниво.

Тези отрасли не могат да бъдат гръбнак и влекач на икономиката. Нужна е ориентация към съвременни отрасли: индустриализация, информатика, нови технологии, образование, знания. Другите страни заложили на тях и постигнаха значителни успехи. Те отстояват своите национални интереси, а ние ги продаваме.

Нашата икономика е неконкурентна с безразборния внос на някои продоволствени и промишлени продукти. Тя е обречена на неуспех. Куфарната търговия е изминат етап, но все още съществува, родното производство загива.

¹ Маркс Енгелс, съч. т. 46 ч. I стр. 40

Не бива да се забравя, че отношенията Запад - Незапад са в изгода на транснационалните компании (ТНК). Западът налага модел, чужд на нашите интереси. Ние трябва да имаме собствен, догонващ модел, от който да печелим, а не да губим, да се интегрираме не по второстепенни, а по основополагащи принципи на развитие, да укрепваме националната мощ на държавата в икономиката, а не да я отслабваме, както е сега, т.е. да бъдем равностоен партньор в европейската интеграция.

Принизената роля на държавата пречи на местния бизнес да се утвърди. По този начин се укрепват позициите на ТНК и ТМБ. Създават се препятствия за внедряване на новости на науката и техниката. Вероятно ще се възрази - нали чужди инвестиции се влягат от ЕС. Това е така. Но тук трябва да се има предвид следното: Западът изнася капитал в страни, доколкото да станат средище за бизнес, своеобразен канал, чрез който се изсмукват материални и трудови ресурси, извършва се експлоатация и се присвоява доход, следователно подходът е пак едностранчив: обогатяване на развитите страни, евроинтеграция, подчинена на крупния корпоративен капитал, глобализация на икономиката, вкарването ѝ в ЕС в нейния колониален вариант.

Като отправяме някои критични бележки към евроинтеграцията, ние съвсем не отричаме нейната роля за развитие на страната. Западът е много по-напред от нас. Като носител на социален напредък, на нови форми на икономическа организация на обществен живот, ние може да се обогатим от тях, да издигнем страната на по-високо равнище в сравнение с преди. Проблемът обаче е в мястото, което ще вземем, ще бъде ли то в съответствие с националните интереси, или не. Това до голяма степен зависи от стратегията ни за влизане в ЕС, да бъдем в

периферията или до ядрото на страните, съставляващи сърцевината на ЕС.

Западният начин на живот се утвърждава с векове.

Той има дълга история, съпроводена с човешки трагедии и кървави войни, с експлоатацията и много неправди.

Това налага преосмисляне на модела на евроинтеграция и глобализация. Неолибералният модел, основан на диктатурата на световния пазар, трябва да бъде заменен с друг. На глобализацията е нужно човешко лице. За такъв модел се обявяват много люде и изричат слова, които преди биха били ерес.

Клаус Шваб, президент и основател, и Клод Смаджа – изпълнителен директор на Световния икономически форум – Давос-9 отбелязват: “Взаимозависимостта, създадена от процеса на глобализация, означава, че възникващите пазарни страни трябва да бъдат интегрирани като пълноправни участници в управлението на глобалната икономика”. Свободният поток на стоки и капитали не бива да се насочва във вреда на най-уязвимите слоеве на населението, срещу приети социални и човешки стандарти”. Необходимо е да се намерят такива механизми на социално въздействие на глобализацията, че да намалят разликата в голямото разделение между облагодетелстваните и ошетените от глобализацията.

Глобалистският модел на бъдещето не е интересен, както беше. Той не е панацея за световната икономика. Днес неговите разрушителни последици са ясни. България трябва да извлече поука от това. Тя трябва много добре да преосмисли ползите и вредите от членството си в ЕС и в този дух да разработва своята стратегия.

2. Туризмът – капиталов фактор за развитие и укрепване на здравето

В науката има едно правило: всеки, който се занимава с частни въпроси, не може да отминава общите. Той на всяка крачка се сблъсква с тях. Без цялото

частта има необосновано съдържание. Ако нямаш представа за общото, нямаш представа и за частното. В основата на частното трябва да стои теоретичното познание. Беше време, когато се интересувахме от частното. Емпиричното познание вземаше връх. То продължава и сега да е такова. Двете страни на познанието - теоретично и емпирично не бива да се противопоставят, а следва да се разглеждат като едно цяло. В тази връзка искам да припомня на читателя и нещо друго: една система може да бъде безупречна в научно отношение от гледна точка на своите постулати, но, сравнена с друг ранг системи, да не е дотам плодотворна и научно издържана. Евклидовата геометрия например, безупречна от гледище на своите постулати - две успоредни линии в равнината не се пресичат, но сравнена с неевклидовата геометрия (геометрията на Лобачевски), това не е така. В далечината двете линии се пресичат, тъй като има изкривяване и усукване на пространството.

Припомням тези неща по следните съображения: **първо**, проблемите на туризма и в частност на здравния, са проблеми не само на туристическата мисъл, но на други теории; **второ**, те не могат да се обяснят с една единствена теория и по-точно с неокласическата; **трето**, знанието да се опира на поширока основа; четвърто, да бъде дело на синтез от теории. Тъкмо това не достига на туристическата мисъл. Тя подценява и пренебрегва това изискване, не му предава необходимата значимост.

Предмет на параграфа са проблемите на здравния туризъм, граници и възможности на неговото развитие, здравето като капиталов фактор и своеобразна инвестиция за удължаване на човешкия живот и средство за съхраняване на физическата и интелектуалната дейност на човека. Но преди това искам да засегна един въпрос в трактовката на проблема.

3. За връзката туризъм – здраве

Откъде да започна? Може би от това: „Всяко наше знание започва благодарение на сетивата ни, преминава после към разсъдъка и завършва с това на разума” (Кант). „Различието между разсъдъка и разума изпъква като различие между висшия и нисшия начин на мислене и на познание ...” (Хегел). Животните притежават инстинктивно разсъдъчно поведение, а хората – разумно разсъдъчно действие и мислене. (Л. Ф. Мизес)

Човек в своето действие изменя предметния свят, а с това и себе си, предметява се в предметите на своя труд, но отново ги разпредметява, т. нар. очовечена природа.

Туризмът не е пасивен спрямо това. Човек се връща в лоното на природата, за да я почувства близка, спира дъх, коленичи пред нейното величие и мощ, обожествява и я използва за свои цели. *Туризмът формира жизнената среда на човека* и с това влияе пряко върху нея, човешкият живот се осмисля и удължава, здравето се укрепва.

Здравето е специфичен продукт, своеобразен капитал, зависещ от множество фактори, към него би могло да се приложи т.н. производствена функция. Здравният туризъм е елемент на тази функция, негов фактор. Ако замразим всички фактори и оставим един – туризмът като променлив, то с нарастването на този фактор до определен предел здравето укрепва и се подобрява, жизненият статус на човека за дълго се съхранява. Геронтологията е клон от медицината, имащ за предмет изучаване на явленията и процесите на остаряване, тяхното забавяне. Старееването е неизбежен природен процес, не може да се отмени, но да се забави е възможно. То, както се казва, е своего рода болест, угаसानе на човешкия живот. Здравният туризъм подобрява условията на комуникация, засилва социалната активност на хората,

възстановява тяхната работоспособност и здраве, подобрява физическата и интелектуална дейност за дълго време.

Ако здравето се разглежда като капитал, като своеобразно благо, то посредством производствената функция може да се представи така:

$Q = f(X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + \dots + X_n)$, където: Q - здравен продукт, брой на удължените години,

а $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ - съответните фактори, участвали в производството на този продукт.

Ако приложим неокласически и кейнсиански подходи, ще видим, че разходите за здравен туризъм се определят от пределната ефективност на капитала – при положение, че намалява, бизнесът не влага средства в този туризъм. Щом пределната ефективност спада, бизнесът предпочита да държи своите пари в ликвидна форма, да ги вложи в банки с по-висок лихвен процент или в сфери на дейност с по-голяма печалба. Този подход изхожда преди всичко от пазарни принципи, комерческата цел е определяща, социалната цел е на заден план. Той обаче облагодетелства по-богатата прослойка, обикновените хора са лишени от това. Много не могат да отидат на почивка, високите цени са непосилни за тях. При анализа на този въпрос би трябвало да се изхожда не само от икономически подбуди, но и от социални.

Икономическата ефективност не може да бъде интегрален показател за равнището на здравния туризъм. **Мярата е социалната потребност. Обществената полезност е показател за резултатите от интензификацията. Ако не се обвърже с обществената полезност, интензификацията е безпредметна. Тя е оправдана, ако повишава полезния ефект на здравния туризъм.**

Ефективността на здравния туризъм следва да се определи и от социалните му цели. Колкото по-голям е неговият принос в укрепването на здравето, толкова социалната ефективност е по-

висока. Критерият за социалния ефект и неговото измерване, както казах, е обществената полезност, която този ефект доставя за реализиране на социалните цели и задоволяване на социалните потребности. Обвързването на тази полезност със степента на задоволяване на социалните потребности (подоброено здраве и удължен човешкия живот) е изходната **методологическа предпоставка** и съпоставимост на социалните ефекти, имащи разнороден състав. С други думи, социалните ефекти могат да се съизмерят един с друг **от гледище на йерархията на потребностите**. Да се съпоставят и съизмерят социалните ефекти, значи да се съпоставят и съизмерят потребностите. **Това** изисква да се направи градация на тях и от тази гледна точка да се извърши съпоставяне на социалните ефекти, да се види коя сфера на здравния туризъм да се развива с по-бързи темпове.

Ефективността в туризма изразява съотношение разход - резултат - цел - потребности. Целта следва да определи разходите, а не обратното, както е в много случаи. Ефективността трябва да се разглежда на няколко логически равнища – степени. Първото равнище следва да изразява съотношението разход - резултат; второто, разход - цел; третото, цел - потребност. Всяка степен има своя самостоятелност. Тя обаче в следващото логическо равнище не се унищожава, а придобива ново качество и се подчинява на неговите закономерности.

Този проблем обаче не е решен в икономическата теория. В много случаи емпиризмът преобладава. Той обаче не улавя същността и не може да разкрива нейното съдържание. На емпирично равнище социалният ефект не се ранжира в зависимост от неговото относително тегло в задоволяване на общата потребност не получава съответна оценка.

И така, социалните ефекти трябва да се сравняват както от гледище на потребностите, така и от страна на социалните разходи. Определящото значение в съотношението *разход - ефект - цел - потребност* се пада на потребността. За съжаление, туристическата наука все още е в плен на стари стереотипи, не е предложила механизъм за решаване на проблема. Тя се визира в периферни въпроси от рода на алкохолен и секс туризъм. Превръщаме се в проституираща врата на Европа, а оттук идват духовната деградация и извратените морални ценности.

И така, без да навлизам в подробности, ще заключа: подценяването на здравния туризъм се отразява зле на човешкия живот – смъртността се увеличава, средната продължителност се скъсява, здравният статус на населението се влошава. Причините за това не бива да се търсят единствено в недостатъците на организацията и управлението на здравния туризъм. Те имат дълбоки социални корени. Нужен е друг модел на социално-икономическо развитие. Сегашният не даде резултати. Рано или късно човечеството ще намери своя път. Това зависи и от самите нас. Последните данни, които Евростат изнесе за състоянието на Европейския съюз, са тревожни за страната. Всеки, който се запознае с тях, ще си зададе въпроса „Ние за ЕС ли сме, или за книгата на Гинес?“

4. За природата на туристическата рента

4.1. Защо е необходимо да дискутираме туристическата рента?

Повод да напиша този параграф е устният спор, че проблемът за рентата в туризма не бива да се поставя на внимание. Не тя, а други въпроси трябва да се разрешават: търсене, предлагане, ефективност, пазарни принципи, трудови материални ресурси, видове туризъм. С

една дума, отрича се правото на съществуване на туристическата рента.

Това разбиране обаче не може да се приеме по следните съображения: **първо**, туризмът стана неотменима черта на нашето съвремие; **второ**, глобализмът засили потока от хора и капитали, стремежът светът да бъде опознат, да се наслаждават или любуват на красотата на природата нараства извънредно много; **трето**, туризмът разшири своя обхват, неговият дял в структурата на националния продукт, по данни на Държавната агенция по туризъм през 2009 година, е 15,6; в Гърция през същата година 10,7; в Италия – 9,5; в Испания – 15,6; в Турция – 5,8. **Четвърто**, стоквата форма стана доминираща всеобща форма на общественото производство. **Пето**, тук може да се направи своеобразна аналогия с физиократизма във Франция. Земеделието по това време е основа на производството и на обществен напредък, всички говорят за него. Това даде основание на Фр. Кене в своята „Икономическа таблица“ да заяви: Единствено трудът в земеделието е производителен, само тук се създава „чист продукт“, увеличава се веществото на природата. Така стои въпросът и с туризма, щом е приоритет и всички говорят за него, то туристическата рента не бива да бъде извън обсега на икономическата мисъл. **Шесто**, у нас се формират три класи – собственици на туристически предприятия, арендатори, наемни работници. С една дума, България тръгна по пътя на капитализма – към нова социално-икономическа система.

Теорията е призвана да разкрива дремещите сили на обществото не само по време на зрелост, но и в зачатие (потенция), когато икономическите форми все още не са кристализирали като определеност. **Задачата на науката е да открива и разкрива, а не да скрива и премълчава.** Упрекът, че туристическата рента не бива да бъде в кръга на научната мисъл, тъй като данни

за нея няма, не е убедителен, т.е. поставя се знак на равенство между данни и потребности. Отсъствието им според мен не означава, че проблемът престава да съществува, той е само непознат. Практиката не е непосредствена практика; някои въпроси преди практически да се решат, трябва най-напред теоретически да се докажат – „теорията е най-добрата практика“. Теоретичното познание е по-богато и по-дълбоко от емпиричното познание – второто е основа на първото, теоретичното познание освен него има и други източници. Без теория науката не може да се развива, без нея е обречена на застой.

Теоретичното познание е степен на възходжане от абстрактното към конкретното, и обратно. Нужно бе човек да се отлепи от земята, за да проникне по-дълбоко в тайните на материята, на вселената. Научното изложение не винаги изхожда от практиката. Ние трудно се разделяме с установилото се и мъчно свикваме със ставашото. Нашето съзнание някак си е приковано към бивашото (към определен вид знания), приобщени оставаме, като че ли слепи и неми към онова, което е в потенция и предстои да стане. Истината не бива да се затваря в себе си, в своята черупка, тя трябва да търси опора в реалния свят. Има опознати и непознати неща. В живота възникват нови факти, нови наблюдавани явления, старите неща губят своята достоверност, теорията също губи своята научност.

Ако туристическата рента отпадне като проблем, то по същата логика и другите видове ренти (строителна, нефтена, газова, жилищна, горска и др.) би следвало също да отпаднат, те обаче всички почиват на един и същ принцип – ограниченост на ресурсите. По тях има публикации, но по туристическата рента не съм срещал. Това бяха подбудите, които ме накараха да развия мисли по тази тема. Тук обаче се натъкваме на някои трудности:

1. Туристическата рента все още не е кристализирала като икономическа форма, а добре известно е, че на незрели икономически форми съответстват незрели икономически теории, които не се поддават на точни теоретически отражения.

2. Това обаче не отменя необходимостта проблемът да се разработва. При това е напълно възможно да има „забегки“ напред, нещо, присъщо на теоретическото мислене. Практиката е тази, която ще покаже доколко те са успешни и исторически оправдани.

3. Науката открива факти и закономерности, които следва да се изучават, а не да се пренебрегват. Тя трябва да изпреварва практиката, а не да се влачи зад нея.

Целта на разработката е да се разкрие същността и формите на туристическата рента, да се покажат източниците на нейното формиране и нерешените проблеми свързани, с нея. На фона на разсъжденията за диференциалната и абсолютната рента, ще търсим отговор на въпроса има ли абсолютна рента в туризма или е историческа преходна категория.

4.2. Разсъждения за туристическата рента

Всяко явление – природно или социално – трябва да се изучава в рамките на цялото като негова съставна част. Няма ли усещане за цялото – няма усещане за частта. По тези съображения туристическата рента не може да се разглежда вън от теорията за рентата. Диалогът с първата следва да става на базата на диалога с втората, тъй като общите принципи важат и за нея.

Земята като природен ресурс в туризма създава рента, защото е фактор на производство. Известно е, че доходът, който тя носи, се нарича рента, т.е. произвежда рента, защото е ограничен фактора на производство. Тази рента отчасти се използва за плащане на

лихви, инвестиции, направени от собствениците, отчасти – за заплащане на „естествените и неразрушими производителни сили на почвата“.

Природен дар са също уникалността и невъзпроизводимостта на туристическите ресурси, които могат да бъдат стопанисвани и да носят доход. Въвлечен в пазарни отношения, всеки пред-приемач в туризма предявява такова търсене на ресурси, че доходът, произведен от тях, да бъде по-голям от фактора на производство (ресурсите), с които е създаден продуктът. И обратно – ако цената на ресурса в туризма е по-висока от цената на предлагания продукт – стимулт към производство спада. Следователно може да се направи изводът, че пределната ефективност на капитала определя степента на търсене на ресурси в туризма като фактор на извършване на туристическа дейност. Ако продуктът не се търси, то и ресурсите не се търсят. Поради това намаленото търсене на който и да е ресурс намалява цената на всички видове ресурси.

Очевидно е, че в нашата страна природните ресурси в туризма са ограничени – предлагането им е строго фиксирано. Крайбрежната ивица по Черноморието не може да се увеличи. Това се отнася и за други природни обекти, които могат да се използват за туристически цели. Ако ресурсът е безграничен и всеки от нас може да се разпорежда с него, както му е угодно, тогава отпадат условията да се образува туристическа рента.

В този случай той не струва нищо и не носи рента. Само обработената и въвлечена в оборот земя носи рента. Следователно туристическата рента е свързана с монопола на стопанисване на природния ресурс. Предлаганата земя за извършване на туристическа дейност е нееластична. Тя има характер на „чиста икономическа рента“, т.е. възнаграждение за уникални качества. Ако проблемът се разглежда така, то рентата

е плащане, възнаграждение за въвлечения в оборот природен ресурс, предназначен за туристически цели. Такъв подход прилага Д. Рикардо. За него земя е всичко онова, което е безплатно, а рентата е плащане за ползването ѝ, плащане като такова. Това важи и за туристическата рента.

Ресурсът в своята съвкупност, като цяло, не увеличава своето предлагане. Абсолютната му нееластичност не може да се сравни с относителната еластичност на други отрасли. При тях съвкупното предлагане не е строго фиксирано, то се изменя в зависимост от промяната на цените. Повишените цени ще засилят предлагането, интересът към производството на повече стоки – също. И обратно, ако се снижат, те ще имат деструктивна роля към това предлагане. Случаят се отнася не само за тези ресурси, но и за труда.

Ако цената на туристическия продукт като цяло не може да повиши съвкупното предлагане, то с развитието на научно-техническия прогрес и с обществения напредък отделни природни участъци могат да се въвлекат или излязат от икономическия оборот. За да няма двусмисленост в абсолютната нееластичност, тя трябва да се разглежда не в буквалния ѝ смисъл, а да се приема с известна условност.

Пазарните отношения превръщат обектите в туризма в предмет на покупко-продажба, способстват по-рационално да се използват. Това обаче може да стане само когато те имат стойностна (икономическа) оценка. Отсъствието на платеност в крайна сметка ги изтощава, стават непригодни за използване.

Икономическата оценка ще съдейства не само да се съхрани природата, но и да се подобри нейната устойчивост и екологична чистота. По-високата цена ще наложи да се потърсят по-рационални ресурсо-спестяващи технологии в ползването на природни ресурси и отказ да се вкарват в употреба

ресурси, които са неефективни. В това отношение, разбира се, помощ може да окаже държавата. Тя с данъчно-кредитния си механизъм, с определянето на бъдеща оценка на природните ресурси, с приемането на едни или други методи за субсидиране, може да ограничи или засили използването на един или друг участък.

4.3. Относно теоретическите подходи при изясняване на туристическата рента

На въпроса не може да се отговори еднозначно. Подходите в това отношение са най-различни. Два от тях са най-характерни: политикономическият и неокласическият. Дори в рамките на тях обаче има различия.

В широк смисъл под понятието „туристическа рента“ се разбира доходът от капитала на имуществото, на земята, на облигациите, на акциите, който доход се присвоява от техния собственик. Ако туристическата фирма отдава сградата, машините, оборудването, автомобили (и всяка друга дейност) под наем, то по същество това е рента, защото носи доход. За предприемача всяко нещо, което се заплаща и носи доход, е рента.

Рентата в тесен смисъл е доход, който собственикът получава, от това, че отдава своята туристическа фирма под наем на капиталиста (арендатор) за стопанска дейност. Ползвателят и собственикът могат да бъдат едно и също лице. Те обаче могат да бъдат представяни от физически и юридически лица.

Ако приложим пределните величини на неокласическата теория в туризма, ще видим, че собственикът на туристическата фирма ще наема работна сила дотогава, докато пределният продукт на последния нает работник не се изравни с размера на работната заплата. Другата останала част образува величината на туристическата рента.

Туристическата рента не е нищо друго, освен доход, който се получава след като от общата величина на създадения продукт се приспадне съвкупната величина на работната заплата. Това е доход (рента), който собственикът получава поради това, че е собственик. Тя се изчислява на базата на т. нар. остатъчен принцип.

Тук е важно да отбележим, че собственикът и владелецът са отделни единици – природният ресурс се стопанисва не от собственика, а от арендатора.

Какви могат да бъдат теоретическите разсъждения по този въпрос?

Тук идва на помощ неокласическата теория, съгласно която цената на всеки един фактор – работна заплата, лихва или рента – се установява на това равнище, при което търсенето и предлагането се изравняват. Ако туристическата рента превиши точката на равновесие, търсенето на природни ресурси ще се намали. Собствениците ще се натъкнат на трудности да отдават своя ресурс под аренда, част от него остава необработена или ще се дава за обработка на по-ниска арендна цена.

Ако обаче равнището на туристическата рента се окаже под равновесната цена, търсенето на природен ресурс ще се увеличи, което ще доведе до увеличаване на рентата. Само в пресечната точка на равновесие количеството ресурс е равно на предлагането, което определя и самата рента.

Търсенето и предлагането на ресурси зависи от търсенето и предлагането на туристически продукти, които се произвеждат с помощта на тези ресурси. Цената на крайния продукт определя равнището на туристическата рента.

И така, от разсъжденията дотук могат да се направят няколко извода:

1. Равнището на рентата зависи от търсенето на крайния продукт, от нееластичността на предлагането.

2. Производството на продукта трябва да продължи дотогава, докато доходът от продажбата му покрива разходите на заплащане на труда.

3. Рентата в икономически смисъл на това понятие е надбавка над разходите и затова може да бъде и обложена с данък, без това да се отрази върху стимулите към производство и повишаване на неговата ефективност.

Неокласическата теория, приложена към анализа на туристическата рента, според мен, не е безупречна в научно отношение. Тя не е всеобща, универсална, а - частен случай на икономическата теория, т.е. не неин неоплатим принцип, тъй като няма теория за вечни времена. Да се признае, че неокласическата теория е всеобща, значи да се отрича нейният исторически характер. Раждането или „смъртта“ на теорията зависи от фактите. Теорията като висша форма на научно познание трябва да се подлага на проверка. Не всяко възвръщане към миналото е грешно и лъжовно. В разглеждания случай без трудовата парадигма не може да се обясни туристическата рента. **Първо**, не бива да се бърка (смесва) практическата форма на реализация на рентата - с нейната теоретическа същност; **второ** видимата страна на явлението не следва да се отъждествява със същността, формата със съдържанието; **трето** доходът на собственика свръх работната заплата действително може да се третира като рента или да е част от тази заплата, която по невидими пътища се трансформира в доход на собственика. За него тя практически е рента, която може да има различни източници, извън тези над нормалната печалба, плод на други факторни доходи на производство. **Четвърто**, практическата форма на реализация на рентата в туризма може да придобие самос-тоятелна форма на съществуване, отделена от своята обективна основа; **пето**, тезата на неокласическата теория влиза в противоречие с т.нар. триада на

факторите на производство – земя, труд и капитал. Те произвеждат туристически продукт, но не определят социално-икономическата определеност на присвояването; **шесто**, не бива техническата страна на производство да се отъждествява с икономическото присвояване на доход, тъй като това са две различни неща. Трябва да се прави разлика между правото на собственост на туристическата фирма да присвоява доход и този, който е резултат от физическото участие на капитала в създаването на продукт. Собственикът присвоява доход, защото е собственик, без реално да участва в производството.

Ако използваме политикономическия подход в анализа на туристическата рента, ще видим, че той се различава от неокласическия. Ако за последния рентата е плащане за ползване на уникални качества на природата, за втория подход тя е само предпоставка, а трудът е неин източник. Природата сама по себе си не създава рента. Рентата е резултат от нейната обработка и култивиране за извършване на туристическа дейност. Туристическият продукт е плод не само на природата, но и на труда и на капитала. Туристическата рента е особен вид доход, който се присвоява от туристическата фирма поради това, че е собственост и притежател на по-добри природни ресурси за туризъм.

4.4. Различия в качеството на природния ресурс и образуването на диференциална рента

Досега нашият анализ изхождаше от презумпцията, че природният ресурс е с еднакво качество – различие в продуктивността му не съществуват. Това обаче не е така. Отделните природни участъци се различават по качество и местоположение. Разликата в продуктивността им произтича от природно-климатичните условия. Дори в рамките на едно и също селище, условията за

извършване на туристическа дейност са различни.

Ограничеността на природния ресурс е ограниченост на добрите и средни участъци. Те не са в състояние да произведат туристически продукт в съответствие с обществените нужди. По тия причини пазарните цени в сферата на туризма се определят от индивидуалните издръжки на фирми, работещи при най-неблагоприятни условия, които при съвършена конкуренция отреждат кривата на пазарното търсене на туристическия продукт да бъде хоризонтална. При тях рента няма да се получи, но фирми, поставени при по-добри производствени условия, ще получат, тъй като природният ресурс е с по-добро качество. Пределната ефективност на капитала ще бъде по-висока от тази, чиито разходи са по-високи. Това ще създаде различия и в разходите на единица продукт в туризма. Така туристически фирми, притежаващи по-качествени природни ресурси, ще получат добавъчен, диференциран доход, който, в резултат на монопола на стопанисване, приема формата на **диференциална рента или, както в по-ново време е наричана, екстензивна рента. В случая цената на туристическия продукт в най-лошия природен участък е базисна по отношение на образуване на туристическата рента.**

Различията във величината на рентата при едни и същи разходи може да се обясни с разнородното качество на туристическия ресурс, а при неизменно качество – с разликата във величината на капиталовложенията. Засега ние се абстрахираме от тези положения и от работната заплата остава природният ресурс, като естествено дадено (по изречение на Д. Рикардо). Природният ресурс се използва до онова равнище на производство на туристически продукт, който отговаря на пазарното търсене – ако не е в състояние да го покрие, ще се премине към по-лоши ресурси. Първият ресурс,

който не носеше туристическа рента, при новите условия започва да носи.

Предприемачът арендатор, като се ръководи от тези подбуди, ще започне да използва все по-лоши и лоши природни ресурси, от едно качество – към по-добро. Така туристическата рента ще се определя от разликата в тяхната продуктивност. Тя ще бъде по-висока за туристически фирми, които разполагат с по-добри условия, отколкото други, нямащи такива условия.

И така, рента в туризма се създава само защото се увеличава търсенето на продукти, в резултат на което се извършва преход от по-добри към по-лоши природни участъци. По-добрият е по-продуктивен, създава не само по-голям обем услуги, но и пести повече разходи на единица туристически продукт. Цената на продукта се определя не от този ресурс, а от лошия, чиято цена е пазарна. Това е така, защото пазарното търсене не може да се удовлетвори от продуктите на средните и по-добри туристически фирми.

Ще добавим, че подреждането (ранжирането) на факторните доходи, свързани с природния ресурс, зависи не само от неговото качество, но и от разликата в равнището на работната заплата и рентата. Следователно при дадено търсене на туристическия продукт ние не знаем размера на природния ресурс. Това ще зависи от равнището на работната заплата - ако е по-високо, доходът ще бъде по-малък, тъй като разносните са по-високи. В такъв случай природни ресурси с едно и също качество ще имат нееднакъв доход, следователно – и рента. Може обаче да се случи и обратното – ако природни ресурси имат по-високо заплащане на труда в сравнение с тези от по-ниско качество, тогава в зависимост от промяната на величината на работната заплата, туристическата рента в по-лошия участък може да бъде по-висока от по-добрия.

Освен това туристическата рента може да се образува не само в резултат

на естественото състояние на природния ресурс, но и в резултат на неговото икономическо подобряване. За да се създаде комфорт и пълноценен отдих на туристите, интензификацията на производството е неизбежна. Допълнителните капиталовложения за производството на туристически продукт създават допълнителна печалба, която превишава нормалната печалба. Излишъкът в този случай е база за образуване на втора диференциална рента, която някои наричат интензивна рента¹. Добавъчната печалба обаче приема формата на рента, ако преминава в разпореждане на собственика на туристическата фирма.

4.5. Разсъждения за диференциалната рента

Диференциалната рента, както е известно, е свързана с различното качество на природния ресурс² и на нееднаквите условия за извършване на туристическа дейност. Да вземем например три туристически фирми от крайбрежната ивица на морето: **първата** – със замърсена вода, камънаци в морето и край брега, недотам хубав пясък и стеснена площ за плаж; **втората** – с подобри качества за отдих, **третата** – със сребристо-златист пясък, съчетан с дивна и уникална растителност, свеж морски въздух и плитчина на морето.

Ако три фирми произвеждат продукт в съответствие с обществената потреб-

¹ Ефектът от вложения капитал, поради спецификата на туристическия бранш, не винаги е съпроводен от увеличаване на производство. Понякога той може да бъде по-нисък, в сравнение с предишното капиталовложение, което налага държавна намеса и субсидиране на туристическия бранш.

² Ако под качество на природния ресурс в земеделието се разбира плодородие на земята, в туризма то придобива по-друг смисъл, може да бъде приложено към ония туристически обекти, които са уникални и невъзпроизведими по своята същност. Обектът може да не бъде плодороден, но той става не по-малко привлекателен от други обекти, ако е уникален.

ност, а втората и третата не са в състояние да я задоволят, то първата фирма следва да използва своите ресурси за производство на туристически продукт. Продуктът в първата фирма, поради по-неблагоприятни условия, е по-малък, а във втората и третата – по-голям. Тя не би развила никаква дейност, ако не получи съответен доход (нормална печалба), а втората и третата фирми – не ще получат. В случая всички фирми ще продават своята продукция не по индивидуална стойност, а по т. нар. пазарна цена. Първата фирма няма да получи рента, другите две обаче ще получат. Разликата между индивидуалната и пазарна цена образува диференциалната рента. Тук се създава „лъжлива социална стойност“, лъжлива от гледна точка на това, че е резултат не на действително изразходван обществен труд, а резултат на специфични природни условия на производство.

От това следва, че съвкупното потребление влияе върху границите на вложения обществено необходим труд, което е количествено и качествено определено. Трудът, превишаващ тези граници, престава да е обществено необходим. Пределът на стойността не е вложеният труд, а обществената потребност от даден туристически продукт.

Туристическата диференциална рента е изцяло построена върху пределните величини – плод на монопола на стопанисване на природния ресурс. Ако пределната полезност при ограниченост на ресурсите, от гледище на неокласическата теория, се явява основа на цената, то, в трудовата теория на стойността, тя е само момент от условията, формиращи обществено необходимия труд, образуващ пазарната стойност. Ако приложим Рикардовата теория за поземлената рента в туризма, ще се стигне до извода, че стойността на продукта се определя от онова качество природен ресурс и от оня дял на капитала, който не създава туристическа

рента. Продуктът в туризма е скъп не защото се плаща рента, а рента се плаща доколкото продуктът е скъп. Ако собственикът на туристическото предприятие се откаже от своята рента, цената на туристическия продукт няма да се намали.

И по-нататък: ако качеството на природния ресурс се подобри чрез нови капиталовложения, тогава ще се получи диференциална рента II. Природният ресурс е толкова оскъден и рядък, че не е в състояние да покрие обществената нужда. Поради това удовлетворяването на потребността става посредством подобряване на неговото икономическото състояние. Величината на туристическата диференциална рента II ще претърпи промяна, такава ще претърпи и цената на оказаната услуга на единица туристически продукт.

Туристическата рента е свързана и с местоположението на природните ресурси. Ресторант или хотел, разположен във вътрешността на страната, няма да получи доход, какъвто получава друг, намиращ се в непосредствена близост до промишлени и консумативни центрове. Туристическата диференциална рента по местоположение ще се определи от разликата на транспортните разходи на по-благоприятни и по-далечни разположени природни ресурси.

В тясна връзка с диференциална рента „втора“ в туризма е **интелектуалната рента**. Живият труд в туризма има решаващо значение за създаването на продукта, другите фактори – спомагателно значение. При жив труд с ниско интелектуално качество, производителността на труда е малка, а доходът – нисък, рентата, като част от него намалява. Тук са възможни най-различни комбинации: природен ресурс с ниско качество, но с висок приложен интелектуален капитал може да създаде повече доход, в сравнение с този с по-високо качество, но с по-нисък интелект.

Богатството и доходът се увеличават благодарение на усъвър-

шенстването на качеството на интелектуалния капитал. Интелектуалната рента в туризма, при други равни условия, ще расте толкова по-бързо, колкото потребените знания имат по-висока производителност.

Как става това?

Това става чрез трудовия процес. Отношенията: наемен работник - капиталист, са отношения на наемен труд и капитал. Всеки получава своето, единият – работна заплата, другият – печалба. Наемният труд, обладаващ по-висок ранг знания, в процеса на производство на туристическия продукт създава повече стойност, отколкото е необходима за възобновяване на способността към труд, т.е. на стойността на работната сила. Останалата част, рожба на интелектуалния капитал, се присвоява от арендатора и собственика.

Тук изхождаме от разбирането, че трудът, включен в капитала, става по-производителен, а отделен от него, той не е производителен. Знанието става капитал не в ръцете на този, който го притежава, а в ръцете на онзи, който го използва в производството за създаването на печалба. Производителната сила на труда е плод не само на веществените фактори, но и на живия труд. Миналата стойност се съхранява, но се създава и нова. По-голямата производителност, в сравнение с обществената, създава по-голяма стойност за капитала.

В сферата на туризма се създава и монополна рента. Тя е свързана с уникалността и невъзпроизводимостта на природните обекти. Монополната цена превишава пределните разходи - тя е надбавка над разходите на производството над обикновената печалба.

И така, монополната туристическа рента се дължи на: **първо**, наличие на монополна власт и нееластичност на предлагания туристически ресурс; **второ**, превишаване цената на уникалния туристически продукт над пазарната стойност; **трето**, превръщане

на монополната цена в елемент на монополната рента, надбавка на монополната печалба над обикновената, която собственикът, присвоява под формата на рента; **четвърто**, оскъпяване на туристическия ресурс посредством туристическия продукт, а търсенето на ресурса е производно от това на уникалния продукт.

5. Абсолютна рента

Тя също е част от теорията за рентата. Класическата политическа икономия свързва конструкцията на абсолютната рента с монопола на частната собственост на земята и различията в органическия състав на капитала в промишлеността и селското стопанство.¹ Поради това, че този състав в земеделието е по-голям, при еднаква величина на вложен капитал се създава по-голяма маса принадлежна стойност, следователно - и свръхпечалба.

Ако пренесем проблема в сферата на туризма, ще видим, че посочените условия запазват своята значимост. Тук монополът на частната собственост се съхранява, по-ниският органически състав на капитала – също. Техническата въоръженост на труда е по-малка в сравнение с промишлеността като цяло.

Проблемът има и друга страна: ако научно-техническият прогрес в туризма увеличава органическия състав на капитала, то неговата разлика, в сравнение с промишлеността, намалява. Такива случаи не са изключени.

Какво става тогава с абсолютната рента? Ще отмре ли с премахването на това различие при наличие на монопол на частна собственост?

¹ В края на XX век, а и сега все още се проведе голяма дискусия за съдбата на абсолютната рента в земеделието. Авторът на тези редове също взе участие в тази дискусия. Вж. Пеню Михайлов. Научно-техническият прогрес и промените в абсолютната рента. Известия на ВИНС, № 1 от 1969 г.

Собственикът на туристическата фирма, работещ при най-лоши производствени условия, ще се съгласи ли да я предостави даром на арендатора? В това лично се съмнявам. И все пак, ако стане, собствеността от реална се превръща в номинална, тя не може икономически да се реализира.

Тук собственикът се изправя пред няколко варианта: или да консервира туристическите обекти, или сам да ги стопанисва, или да получи доход от държавата. Фактът, че при съвременния капитализъм туристическите фирми, разполагащи с по-ниско качество природни ресурси, получават огромен доход, е доказателство, което говори не за премахване на туристическата рента, а за промяна на нейната норма.

Повишаването на органическия състав на капитала в туризма не може да отмени монопола на частна собственост на природните ресурси, а само променя източника на абсолютната рента. Източникът на този доход може да бъде икономия от мащаба на производство, удължен работен ден, ускорен оборот на капитала, по-висока норма на експлоатация. Всички те имат пряко отношение към получаването на печалба, следователно и към абсолютна рента. В случая рентата ще се запази, тъй като излишъкът на стойността над производствената цена има за основа по-високата норма на експлоатация.

Към това трябва да се добави: трите форми на рента – диференциална, монополна, абсолютна – се намират в логическо единство.

Увеличаването на диференциалната рента води и до увеличаване на абсолютната рента. Това е следствие на закона за нарастване на рентата, който рефлектира и върху абсолютната рента.²

² Това положение е разкрито от К. Маркс. Собственикът на най-лошия природен ресурс в зависимост от стечение на обстоятелствата получава не само абсолютна рента, но и диференциална рента.

Според мен разликата в органическия състав на капитала не може да породи абсолютна рента. Тази разлика обяснява само нейния източник. В противен случай по същата логика би следвало да се допусне, че такава рента, поради нееднакъвия органически състав на капитала, се получава и в различните отрасли на промишлеността, това обаче не става, защото не съществува монопол върху частната собственост на земята.

Наистина К. Маркс сочи, че щом разликата в органическия състав на капитала в земеделието и промишлеността изчезне, абсолютната рента отмира. Но едностранчивото подбиране и тълкуване на цитати, което много често се допуска, още не е доказателство за отпадане на абсолютната рента. Маркс допуска това нейно отмиране само в рамките на изследваното ѝ значение, т.е. абсолютната рента би отпаднала като рента, която се отличава както от диференциалната рента, така и от рентата, основана собствено на монополната цена.

По-късно, в третия том на „Капиталът“, той конкретизира тази своя мисъл, като стига до заключението, че абсолютната рента може да отмре, но това отмиране е валидно само от определено значение, когато за неин източник се явява по-ниският органически състав на капитала в земеделието. Поради по-ниския състав, на всеки сто единици вложен капитал се получава по-голяма принадлежна стойност. От това обаче не следва да се прави изводът, че абсолютната рента изчезва при наличие на монопол върху частната собственост на земята.

Абсолютната рента е излишък на стойността на продукта над производствената цена. Този излишък не зависи единствено от разликата в органическия състав на капитала. Щом тя изчезне, източникът на рентата може да бъде по-високата норма на експлоатация, а също и монополната цена, превишаваща стойността на

продукта. В абсолютната рента се съдържа елемент на монополната цена и че тя – абсолютната рента – произтича не от ниския органически състав на капитала, а от монопола на частната собственост на земята, пречещ конкуренцията да изравни печалбата.

Следователно, ако разликата в органическите състави на капитала в съвременните пазарни стопанства се премахне, абсолютната рента не престава да съществува, а само променя своя източник. Този източник може да бъде монополната цена, по-високата норма на експлоатация. Някои икономисти разширяват кръга на източника на абсолютната рента. В него те включват части от работната заплата, лихвения процент и печалбата. Тези части според нас, въпреки че практически съставляват доход на собственика на туристическата фирма, не образуват рента в икономическия смисъл на това понятие. Смесването на туристическата рента с формата на лихвата означава неразбиране природата на рентата, което ще има погрешни последици. Това налага да се прокара границата между теоретическата същност на туристическата рента и нейната практическа форма на реализация. Последната не може да определи икономическото съдържание на туристическата рента.

Туристическата рента следва да се разгледа в нейния чист вид, тоест да се абстрахираме от ония форми, които внасят мъглявина в нейния анализ. Външната видимост на икономическите явления не съвпада с тяхната вътрешна същност. Тя може да маскира, да извращава вътрешната природа на икономическите явления.

Увеличаването на арендната плата в туризма още не значи, че абсолютната рента в туризма нараства. Може да се случи на собственика да се плаща аренда, но не действителна рента.

В заключение: осветляване промените в абсолютната рента в туризма при нашето съвремие има

грамадно значение не само за теорията, но и за практиката. Намалението на тази рента означава, че туризмът по свое техническо равнище се доближава до промишлеността. По тези причини, данъкът, който обществото плаща на туристическите собственици, се снижава. Цялостното изследване на проблема обаче изисква усилията на множество икономисти.

6. Туристическата рента в системата на отношения на собственост

Друг нерешен проблем за рентата в туризма е нейното място в системата на отношения на собственост. Римското право определя собствеността като право на присвояване, владение, ползване. Тази триада обаче не е достатъчна, за да разкрие съдържанието на собственост.

Днес собствеността разширява своя обхват, прибягва се до т. нар. разширена версия на правата на собственост, формулирана от Нобеловия лауреат - Р. Коуз. Икономическите права на собственост се "разсейват, разклоняват по отделни направления. За икономическите субекти все по-малко е изгодно пълната собственост (абсолютно монополно разпореждане с вещта, присвояване и пълно отчуждение). Собствеността от пълна преминава в непълна, неабсолютна, многосубектна – това е пътят към установяване на смесената икономика и поддържането на конкуренцията. Ясно разпределение на икономическите права на собственост, фиксирани права на всички собственици - на държавата и другите организации, а не безконтролно да се разхищава собствеността. Едни обекти на туризма могат да бъдат държавна собственост, други индивидуални и съвместни, трети пълна собственост, т. е. създава се цял сноп (съвкупност) от права на собственост, необходими за ефективното функциониране на икономиката на туризма.

Тези права на собственост определят „правилата на играта“ в отношенията на собственост. Приложени в туризма, те създават възможност за контрол на присвояване на доход, на рента. Доходът, рентата се поделва между много субекти на икономическа дейност, които имат отношение към неговото създаване. Такива субекти на права на присвояване могат да бъдат: държавата, общината, туристическата фирма, публично-частната собственост и всички други, които имат отношение в създаването на туристическия продукт.

Туристическата рента, след като се създаде, трябва да се разпредели. У нас няма изграден механизъм за това разпределение. Рента трябва да присвояват всички, които имат отношение към нейното създаване. Обществото и държавата трябва да поставят под контрол туристическата рента. Природният ресурс е дар Божии. Туристическата фирма няма заслуга към неговото създаване. Затова тя следва да бъде обложена с данък, че ползва уникални и невъзпроизводими по своята същност природни ресурси.

Присвояването на рента от държавата под форма на данък поставя туризма под контрол. Той следва да се развива нехаотично, а в съответствие с държавния интерес, да има социална насоченост, а не да преследва чисто комерчески цели. Този начин на взаимоотношения засилва ролята на държавата в регулирането на стопанските процеси в туризма. Бизнесът обаче реагира срещу това. Преди той беше против държавната намеса, сега по време на криза отправя зов за помощ.

Тук има и нещо друго: щом рентата е икономическа реализация на формата на собственост и щом държавата присвоява част от нея, значи де факто е собственик, участва в тази реализация икономическата форма на реализация на собственост. Собствеността от номинална се превръща в реална.

Във връзка с изземването на туристическата рента има маса нерешени въпроси, които подлежат на спор и които с лека ръка не бива да се отминават. Ако доходът на собственика на туристическата фирма, както по-горе посочих, се увеличи, търсенето на природни ресурси нараства, туристическата рента също. Собствениците на туристическите предприятия ще присвояват доход, без да имат заслуга в неговото създаване. Ако доходът им (рентата) се из земе под формата на данък, това няма да се отрази върху предлагания природен ресурс по силата на неговата ограниченост. Доходът, присвояван от държавата, би могъл да се използва за покриване на обществени нужди, и от тази гледна точка другите данъци биха могли да се намалят. Ако обаче се предприеме такава стъпка, стимулт на собствениците на туристическите фирми няма рационално да използва природния ресурс. Проблемът има и друга страна: дали с изземването на рентата държавната хазна ще се напълни с доход в степен, достатъчна да намали другите данъци. В това нещо се съмнявам.

Още по въпроса: при изземването на туристическата рента трудно може да се отдели приносът на естествения и изкуствения ресурс в нейното създаване. Рентата е плод на тях – те трудно могат да се отделят и разграничат. Това създава трудности в процентната ставка на данъчното облагане. С други думи, природната рента трудно може да се отграничи от интензивната, на практика те встъпват като едно цяло, отделянето им една от друга е твърде условно. Ако природната рента в туризма се облага с данък, има опасност част от дохода на капитала на собственика да се присвоява от държавата. Това намалява стимула към инвестиции, тъй като доходът от тях се присвоява от държавата.

У нас в последно време се води дискусия по отношение на данъчното облагане на туристическите фирми.

Данък добавена стойност от 7 % върху пакета услуги на организи рания туризъм става 9 %. Това поро ди безпокойство сред туристическия бранш, още повече, че процентът на това облагане е значително по-висок в сравнение с другите страни – Гърция, Турция, Франция, Италия и пр. Налице е повсеместно увеличаване на всички данъци: данък сгради и такси за смет, туристически данък на легло, повишаване осигурителната тежест на заетите в туризма. Изобщо данъчното увеличаване върви по всички направления.

Разбираме, че природният дар на продуктите не е дело на техните притежатели и собственици, но това не значи, че значителна част от дохода следва да се из земе от държавата под различни форми. Ако не се намери оптимално разпределение, това ще рефлектира върху малкия и средния бизнес; част от него ще банкрутира; печалбата на фирмите ще се намали, а с това и самата рента; заплатите също ще се снижат, цената на услугите ще скочи; туристическият поток ще бъде сведен до минимум; стимулт към модернизация на туризма ще отпадне, част от него ще попадне в сенчестата икономика.

Как да се предпазим от тези негативи?

1. Нужно е да се създаде специализиран фонд по предназначение, който да подпомага туризма. Щом туризмът е приоритет и всички говорят за него, той би следвало да се поощрява и да се създават специални привилегии за него. Без държавно подпомагане туризмът едва ли би разчитал на успех.

2. Тук има една особеност, която не се изтъква от туристическия бранш. В прехода към пазарна икономика туристическите предприятия получиха готова инфраструктура, основни фондове и други съоръжения, които сега се използват. Това значи, че разходите на единица туристически продукт би следвало да се снижават, което има пряко отношение към дохода и рентата.

3. Към това трябва да се добави и друго. На част от придобитата база по време на социализма продължава да ѝ се начисляват амортизации. Днешните фирми нямат заслуга за нейното създаване, но амортизации продължават да се начисляват, които могат да се използват за възстановяване и ремонт. Държавата не слага кръст върху това, което косвено спомага стопанското развитие на туризма.

В заключение, значимостта на туризма занапред ще се разширява в широта и дълбочина. Услугите, които той предлага, ще се разрастват. Това поставя на преден план проблема за туристическата рента. Нейната актуалност и привлекателност ще бъде на вниманието на икономическата мисъл. Да се надяваме, че сме допринесли нещо в тази посока.

Докторант ОЛГА КОСТАДИНОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

ФОРМИ НА РЕЛИГИОЗНИЯ ТУРИЗЪМ

FORMS OF THE RELIGIOUS TOURISM

PhD Student OLGA KOSTADINOVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: Pilgrimage is an essential part of religious tourism and even gave rise to the use of the term "pilgrimage tourism" as the equivalent of "religious tourism". Discussion on the scope of the terms "pilgrimage tourism" and "religious tourism" requires clarification of the individual forms and manifestation of this specific type of tourism. There is a close connection between it and other types of tourism. Here we have in mind the so-called multifunctional trips depending on the motivation of tourists when visiting religious centers or other cultural sites. Regarded as a separate form, religious or pilgrimage tourism could be classified as a separate subgroup of cultural tourism. In general, the differences between different forms are not clearly defined and often move from one form to another. Nowadays, religious tourism is closely linked to recreational and cultural tourism, perhaps more than ever before.

Key words: pilgrimage, religious tourism, forms of religious tourism

Въведение

Религиозният туризъм, като всички останали видове туризъм притежава динамичен елемент – движение в пространството, самото пътуване – но също така и статичен елемент – временен престой на място различно от това на постоянното местожителство. Както целта, така и причината за пътуването са свързани с промяна на заобикалящата ги среда, най-малкото за ограничен период от време, който за туриста има личен, но не и професионален интерес (Rinschede, 1992).

Религиозно мотивираният туризъм е най-вероятно също толкова стар колкото и самата религия и следователно е най-старият вид туризъм и това важи не само за Християнството, но представлява по-скоро световно явление от историята на религиите. (Lanczkowski, 1982:150)

Обикновено в науката се прави разлика между няколко вида поклон-

нически туризъм, които се класифицират по следните признаци (Бабкин, 1992 г.):

1. По числото на участниците и семейната им принадлежност различаваме индивидуално, семейно и групово поклонничество; (малцинство са онези, които пътуват сами; индивидуалното пътуване дава възможност на туриста да следва своите интереси и желания и да избира маршрута за своите поклоннически цели; пътуването със семейство или приятели с частно или публично транспортно средство улеснява социалните контакти и тяхната организация)

2. По продължителността дълго и кратковременно, като за дълго се счита онова пътуване, което надвишава 10 дни; то включва посещения до религиозни центрове за няколко дни или седмици и не се ограничава само до посещаване на национални, но има за цел и по-далечни международни религиозни забележителности;

3. Според календара и сезонността - най-голяма посещаемост на религиозните обекти има по време на храмови и други религиозни празници; религиозният туризъм е свързан с определена сезонност, дори когато някои религиозни места могат да бъдат посещавани през цялата година; тя се влияе най-често от религиозните церемонии и възпоменателни дни, но също така и от климата на поклонническото място и работния календар на местното селско население; летните ваканционни месеци влияят на поклонническия туризъм, тогава населението преследва предимно ваканционни дейности и по-специално там, където религиозното пътуване лесно може да се свърже с ваканционни и образователни занимания, както например посещението на туристически атракции, намиращи се непосредствено до местата за поклонение (Ниагарския водопад, Уолт ДисниЛенд и др.); от друга страна месецът на почивките август задържа много летовници далеч от посещения на религиозни центрове.

4. Прямо посещаемите обекти правим разлика между посещения на църкви, манастири, храмове и тези на природни култови места (гори, езера, пещери, аязми и др.)

5. По местоположението на обекта, който е цел на поклонничеството, го разграничаваме на вътрешно (в пределите на страната) и задгранично;

6. Според признака задължителност имаме доброволни и задължителни поклоннически пътувания (в исляма поклонничеството до Мека се явява задължително за всеки правоверен мохамеданин, където заедно с нейните покрайнини и с около два милиона поклонници годишно, тя се е развила в отделно място за поклонение, което мюсюлманите трябва непременно поне един път в живота си да посетят) (Long, 1979)

Поклонниците обикновено нямат големи претенции относно качеството на

туристическото обслужване. Често остават да нощуват в манастирските килии, на палатки, даже направо на пода в храмовете или дори на улицата. Храната е скромна, най-често вегетарианска, а по време на постите постна.

Поклонническият туризъм има своя социално-психологическа база и географско направление. Той се подразбира като туристически пътувания из Северна и Южна Америка, Европа и Русия, посещения на различни религиозни центрове в Азия, в Индия, Тибет, Китай, Неапол, Япония. Целта на тези обиколки е да помогнат на човека да реши проблемите си, да израсне духовно и нравствено, да стигне до познание на своята вътрешна духовна природа. Не е задължително той да изповядва само една религия. В Китай например много хора изповядват едновременно даосизъм, конфуцианство и будизъм.

За разлика от Китай поклонничеството в Япония се е развило много силно. Тук са включени всички практикувани от населението религии: будизъм и шинтоизъм както и много други новопоявили се (Lanczkowski, 1982; Schöller, 1984, 1986).

В руски електронен сайт, характеризиращ отделните видове туризъм, религиозният се свежда до три основни форми (<http://geografia-turizma.ru/index.php?option=content&task=view&id...>):

- a) поклонничество (посещение на свети места за поклонение);
- b) познавателни пътувания за запознаване с религиозни паметници, историята и културата на религията;
- c) научни пътувания на богослови, историци и учени, занимаващи се с въпросите на религията;

Първата е най-разпространената форма на религиозен туризъм. Освен това е нужно да се прави разлика между поклонение и поклонничество. Последното е самото пътуване извън местожителството с цел извършване на покло-

нение, което пък от своя страна е самият акт на преклонение пред нещо (ети-мологията на думата идва от „навеждам се доземи“, тоест правя голям поклон, прекланям се). Съществуват редица особености, които характеризират поклонничеството като важно явление в масовия туризъм изобщо.

1. Тясната му връзка с останалите видове туризъм (така наречените многофункционални пътувания, дори когато религиозните фактори изглежда да доминират). Те са характерни повече за индустриализираните държави. В развиващите се страни религиозният туризъм предлага единствена възможност за пътуване на много класи от населението, поради началния стадий на развитие на масовия туризъм. Ситуацията е сравнима с тази в средновековното общество, където по-бедните класи не са могли да си позволят подълги пътувания заради тяхното социално и финансово положение в обществото и само една изключително малка и привилегирована част от цялото население през средните векове (а също и допреди няколко десетилетия) е могла да си позволи участия в такива религиозни пътувания. С покачването на жизнения стандарт поклонническите места се превръщат в обекти на масовия туризъм, както за чуждестранните посетители, така и за местното население. Религиозният туризъм е такъв вид туризъм, че неговите участници са мотивирани или отчасти или напълно от религиозни причини. Разглеждан като самостоятелна форма, той би могъл да бъде класифициран като отделна подгрупа на културния туризъм. Като цяло, разликите между единичните форми не са ясно дефинирани и често преминават от една форма в друга. Много често едно пътуване има няколко мотивации и други второстепенни цели. Например, икономическият или политически туризъм включва в себе си често, било културни, било ваканционни занимания (Rinschede 1992).

2. Религиозният и ваканционният туризъм (например в САЩ) стоят в особена взаимовръзка, където много поклоннически центрове се намират в непосредствено съседство с големи туристически атракции. В Рим, където религиозните места са едновременно и значими културни забележителности, връзката е доста силно изявена. В днешно време религиозният туризъм е тясно свързан с ваканционния и културен туризъм. Подобни взаимодействия между религиозния туризъм от една страна и ваканционния, културния, икономическия и политически туризъм от друга, са вече отдавна доказани. Поклонничеството и другите религиозни пътувания са свързани с различните видове туризъм, в днешно време може би повече, от когато и да било (Rinschede, 1992).

3. Също така религиозният туризъм има голяма близост със социалния и груповия туризъм. Семейните пътувания или такива на група съмишленици еднакво вярващи, често от една и съща възрастова група, се предпочитат от тези с приятелите, което най-често важи за развиващите се страни (Morinis, 1984).

4. Много религиозни обреди и празници се възприемат от туристите като вид фолклор. (в Памплоне, Испания, в средата на месец юли целият град празнува „Санта Фермина“).

5. Религиозният туризъм има и политическа окраска. Гваделупа за Мексико и Стената на плача в Йерусалим например освен религиозни места са също така и важни национално-исторически обекти. Правителството на Саудитска Арабия прави опити да запази поклонението в Мека свободно и независимо от политическа намеса и то да не заплашва Ислямския свят (Костов, 2000 г.).

Голяма трудност представлява, най-вече от статистическа гледна точка, да се разграничат и обособят чисто религиозните от останалите сходни туристически пътувания. Те често се

комбинират с познавателния, деловия, круизния, пешеходния, лечебния и рекреативния туризъм, тъй като в практиката е рядкост да съществуват идеални видове или форми на религиозен туризъм. Възможната класификация на подвидовете на този вид туризъм според немскоезичната Уикипедия(http://de.wikipedia.org/wiki/Spirituelle_Tourismus) е:

Почивка в манастир – многодневни престои, с които се цели да се избяга от ежедневието; туристите съзнателно търсят подобен род преживявания и черпят духовен опит както от свои съмишленици, така и от представителите на духовенството в дадения религиозен център; Зад това явление се крие определена носталгия към миналото, отново събуждане на религиозни интереси, както и желание да се избяга от градската шумотевица. (Eiki 1987)

Поклоннически пътувания – осъществявани индивидуално или от група хора споделящи еднакъв религиозен светоглед, които желаят да избегнат комерсиалния характер на пътуването;

Традиционни, групови пътувания до свещени (официално признати религиозни) места обикновено по едно и също време на годината;

Посещение на църкви – мотивите за посещението могат да бъдат от най-различен характер: набожност, културни интереси, чисто любопитство и др.;

Религиозни тържества – индивидуално или групово участие в традиционни празници с религиозен характер; Религията изисква Евреи, Израилтяни и Юдеи да присъстват на фестивали в Ерусалим, където се събират годишно над един милион вярващи. Докато събиранията и церемониите на Римляните в миналото са имали повече политически и развлекателен характер, с участието на атлети, фестивалите на Гърците имали строго религиозен характер. При тях атлетическите състезания също

притежавали отчасти религиозен характер.

Пътувания до важни религиозно-исторически градове и обекти, имащи връзка с живота и дейността на прославени светци и други духовни лица от църковната история; За Християнството Светата Земя се асоциира предимно със значими събития от живота и делото на Исус Христос.

Пътувания за участие в църковни мега-събития от типа на конгреси, конференции, Световни църковни събори, Европейски срещи на младежта и др.

Гробищен туризъм (Friedhofstourismus) – пътувания до места, където са погребани известни духовни лица;

Според електронната брошура на Първия международен конгрес по въпросите на индустрията на религиозния туризъм се разграничават например 12 негови основни сегмента (Нешков. 2009 г.)

- мисионерство (пътуване за изпълнение на религиозни мисии);
- тематични круизи;
- отдих (бягство от ежедневната среда);
- конгреси, конференции, религиозни събори;
- посещение на дестинации и атракции с доминиращ религиозен характер;
- уединение в религиозни обекти;
- пребиваване в християнски лагери (биваци);
- пътуване с елементи на приключения в религиозен стил;
- ваканции на доброволци;
- младежки (студентски) ваканции с религиозна цел;
- семеен религиозен туризъм (Нешков, 1992 г.).

Предложените класификации на религиозния туризъм са доказателство за разгръщането на неговия капацитет в оптимален ръст като тенденция в туризма въобще, поради ускорения темп на развитие в световен мащаб. В тази

връзка духовните институции, стопанисващи религиозните обекти, ще бъдат доминиращ фактор за неговото разпространение и развитие.

Енчо Костов разглежда в книгата си за религиозния туризъм четири основни негови форми: мисионерство, поклонничество, образователен и фестивален религиозен туризъм.

Мисионерството като негова форма има своята дълга история и специфика. Авторът дава следната дефиниция за него: *„Специализирано пътуване с цел разпространение на Християнското учение.“* Първ свети апостол Павел предприема подобен род мисионерски пътувания, чийто общ брой е четири. Следи от неговата дейност откриваме и в пределите на страната ни. През 65г. в римския град Никополис ад Нестум (край днешния Гоце Делчев) проповядва апостол Павел, основавайки поредната епископия (християнска община). Мисионерско пътуване осъществява и св. ап. Андрей Първозвани по българското Черноморие. През 52 г. апостол Андрей предприема обиколка из богатите и многолюдни градове на българския черноморски бряг. Тогава са организирани и първите християнски общини начело с епископ. Необикновена следа от дейността на св. Андрей са епископиите в градчетата край Бургаския залив – те са през 15-20 км. – Несебър, Поморие, Дебелт, Созопол, Ахтопол (Димитров, Б.).

По-късно мисионерството се разраства, особено онези мисионерски експанзии, които имат за цел да наложат римокатолицизма. Не бива да забравяме и делото на първосветителите Кирил и Методий, които са били сред най-образованите хора по онова време, създатели на първия славянски литературен език, двата културни колоса на българския народ и на цяла Източна Европа. Тяхната най-главна житейска мисия е свързана с прокарване и осъществяване на великата идея на епохата – идеята за богослужение и писменост на роден

език. Първата специална мисия на св. Кирил била при сарацините в Багдадския халифат, имаща за цел да защити християнството от заплахата на мохамеданите. Втората мисия, в която участва и Методий, е при хазарите. Те били наточени със задачата да открият мощите на св. Климент Римски, трети римски епископ, заточен, измъчван и погребан там. Третото пътуване на Кирил е в долината на р. Брегалница, включена от българския княз Борис към териториите на България, където той покръства много славяни и им оставя книги, написани на славянски език. Най-известна и важна в живота на двамата братя е Моравската мисия, чиито инициатори станали Моравският княз Ростислав и Панонският княз Коцел, които се обърнали с молба до Константинопол да им бъдат изпратени подготвени духовници и учители със задачата да проповядват и извършват богослужение на славянски език. Така те се надявали да се освободят от влиянието на латините, чиято крайна цел била владичество на германските феодали.

Специално за Европа най-голям интерес събуждат поклонническите маршрути на Сантяго де Компостела. Обявяването му за светилище датира от 10 век сл. Хр. и стои на второ място след Рим като важен религиозен център в Европа. Историята му е свързана с житието на св. ап. Иаков, чиито мощи са били върнати обратно в Испания, за да бъдат положени там, където е и пострадал в 9 век от Хр. Съвременният маршрут е много по-пълно развит, отколкото през Средновековието и също така много по-добре набелязан отколкото в първоначалните си форми. Днес съществуват два различни маршрута, първият за превозни средства и вторият за колоездачи и пешеходци. Последните са два пъти повече от колоездачите, като посещенията имат ясно изразен сезонен характер. 2/3 от тях се осъществяват през лятото (юли и август), като най-голям е делът на

поклонниците испанци, и едва след тях се нареждат европейците. Главната мотивация за болшинството поклонници, според направени анкети, е чисто религиозно-духовна. През 1985 г. Сантяго де Компостела, градът станал известен още през Средновековието, се обявява за Световен културен обект от ЮНЕСКО и в последствие се номинира за Европейски град на културата за 2000 година.

Поклонничеството в България датира още от древността и се свързва най-вече с пътувания до свети места и посещения на манастири както у нас така и в чужбина. В миналото пътуванията с религиозен мотив са били особено популярни сред местното население. В християнска България преди турското нашествие най-посещавани места са били манастирите край София, Велико Търново и Сливен. В целия Сливенски край е имало голям брой религиозни обекти, като най-голямото съсредоточие от 24 манастира формирало т. нар. „Малка Света гора“ край Сливен. (Ваня Василева) Най-известната църква в този град е „Св. София“, която е била една от трите черкви на Балканския полуостров, носещи името на Св. София, строени едновременно. Това са църквите в Цариград, в София и в Сливен.

Вторият център на манастири е бил около с. Жеравна (местността „Клепалото“). Дълго време то е играло важна роля като сборен пункт на околните селища за отиване на поклонение в Света гора или в Йерусалим. Факт е, че от всички български градове Сливен и Котел стояли на първо място по броя на поклонниците в Йерусалим.

Образователният религиозен туризъм включва такъв род пътувания, чиято цел е да се повиши образователното ниво и професионалната квалификация на участващите. Като пример могат да бъдат дадени провежданите образователни семинари, „зелени училища“ в манастири, както и религиозния конгресен туризъм, който включва специализирани пътувания за участие

в научни конференции, църковни събори и др.

Фестивалният религиозен туризъм намира своето широко разпространение в Испания, Италия, Франция, Германия. Обикновено фестивалите са прояви от градски характер, които са посветени на определени светци или на важни религиозни събития. Всеизвестен е фестивалът Хелоин (празнува се в навечерието на Деня на вси светии), който е най-силно проявен в Ирландия и САЩ.

Християнството с множеството си последователи (над 1 млрд.) днес обхваща най-големия дял от религиозния туризъм в света. То се явява втора по възникване във времето след будизма световна религия с богато културно и духовно наследство. Християнското поклонничество се свързва с поклонение пред Бога, апостолите и първите светци на Христовата вяра. С годините то започва да се пренасочва към нетленните им мощи, гробове, лични вещи и др., получили благодатна чудотворна сила. В доста страни по света съществуват многочислени християнски светини и паметници, културните ценности могат да се видят експонирани в болшинството музеи на всички по-големи градове. Местата за поклонение най-общо могат да се разграничат на два вида:

Библейски – Йерусалим, Витлеем, Назарет, Витания, река Йордан и др. Поклонниците, които пребивават на територията на Светата земя, първоначално се отправят към Витлеем, където посещават храма на Рождество Христово. Във Витания пък се намира домът и надгробната могила на възкресения от Исуса Лазар. Назарет от своя страна се свързва с посещения на тези места, където Исус е расъл и призовал от рибарите първите си ученици. Божи гроб се посещава редовно от християни, представители на всички направления – католици, православни, монофизити, ариани, несторианци,

протестанти, копти. Не бива да забравяме, че той се явява като мощен, притегателен център на поклонници, изповядващи всички световни религии. Тази религиозна търпимост и толерантност е рядко явление в живота на различните, религиозни общности.

Небиблейски – имащи връзка със светци: гр. Лурд и Св. Дева Мария, гр. Ефес и св. Йоан Богослов, гр. Рим и св.ап. Петър и Павел, в Египет- св. Великомъченик Мина и др.

Християнството включва в себе си две основни направления: ортодокс (източноправославната църква) и римокатолицизъм (западната църква). През трети век сл. Хр. то постепенно започнало да се разцепва. Източното християнство се оформило във Византия. Окончателното разделение става през 1054 г. (така наречената Велика схизма) поради различия в „Символа на вярата“ (кратко, точно и ясно излагане на християнското „верую“). Доста учени причисляват още и протестантизмът, монофизитството и несторианството към християнското вероизповедание, но истината е, че корените на протестантизма идват от западната църква, който се отделя от нея и в последствие я отрича, докато монофизитството и несторианството представляват сами по себе си ереси, осъдени и анатемосани както от източната така и от западната църковна общност.

Християнският поклоннически туризъм има важно значение за разгръщането на обществената дейност в живота на хората. Чисто теоретично могат да се разграничат четири негови основни роли (Бабкин, 1992 г.).

- 1) духовно-просветителска (по време на пътуванията поклонниците узнават повече за историята на даденото място и неговата роля за духовния живот на страната; запознават се с начина, по който се извършват богослуженията,

черпят житейски опит от прославени „святи старци“;

- 2) общообразователна роля (както в миналото така и днес манастирите представляват интересни културно-исторически центрове, на чиято територия са разположени много музеи, отразяващи живота и обичаите през различните исторически епохи, като например огромната магерница с казаните в Рилския манастир);
- 3) мисионерска роля (подобен род пътувания способства за обръщането към вярата на хора, които по-рано са били явно нерелигиозни);
- 4) благотворителна роля (по време на обиколките поклонниците осъществяват материална помощ с благотворителен характер и парични пожертвования);

Религиозният туризъм при мюсюлманите има ярко изразен поклоннически характер. Всеки мюсюлманин поне веднъж в живота си трябва да посети двата свещени града – Мека и Медина. Разрешено е единствено и само на изповядващите исляма да посещават тези главни светини за мюсюлманската общност. Представители на други религии нямат достъп до тези градове. **Ислямът** се явява една от най-младите религии в сферата на западните по произход и линейни по характер (от гледна точка на времето и пространствено развитие) религии (наред с Юдеизма, Християнството, Марксизма и прочие религии и системи от религиозни вярвания) (Тойнби & Икеда, 1995).

В Исляма липсва духовенството в християнския смисъл на това понятие. По време на молитва вярващите се обръщат с лице към страната на Мека, като всеки уважаван от мюсюлманите човек, който е запознат добре с Корана и ритуалните практики, може да произнася молитвите. В Корана често се говори за необходимостта от пожертвования и подаяния, ето защо тази религия

проповядва даване на милостиня на нуждаещите се, както и грижа за бедните и болните. Нейната най-голяма и важна заповед се явява хаджийството. Поклонничеството се извършва в строго определено време – в четвъртия месец след рамадан. Милион и половина поклонници отиват в Мека, за да вземат участие в 12 ден на т.нар. „хадж“ (hajj) – поклонническо пътуване до свещения за всички мюсюлмани град.

В Исляма съществуват само два основни празници: Ураза байрам – празнува се след строгия пост в месец рамадан и Курбан байрам – извършва се по време на хаджийството. Изповядващите исляма наброяват близо 19% от населението на земята, като Мека и Медина се посещават ежегодно от около 2 млн. поклонници. Съществуват два вида поклонничество при мюсюлманите: хадж (голямо) и умра (малко). Поклонението в Мека се счита за хадж, само ако е свършило по време на празника Курбан байрам и човек е извършил всички необходими ритуали в срок от 10 дни. Второто е по-продължително по време и се приключва в някой друг ден. По време на поклонението всички хора, независимо от социалното им положение и благосъстояние, се обличат в еднакви дрехи, за да се представят равни пред Бога. Друго тяхно задължение е да държат ума си в състояние на покой, без да допускат раздражение или обидчивост. Всякакви интимни отношения и прояви на похот правят хаджийството недействително, ето защо по това време е забранено сватосването или встъпването в брак.

Будизмът се явява най-старата от трите основни световни религии. Тя обхваща много страни от Южна, Югоизточна и Източна Азия, както и някои региони от Русия. Според оценката на някои учени изповядващите будизъм в света наброяват повече от 325 млн. души. Според други статистически данни те са около 500 млн.

В различните страни и региони будистките празници се отличават един от друг. Според преданието денят на раждането, достигането до просветление и смъртта на Буда са на една и съща дата. Този празник се отбелязва в края на май и началото на юни. В Япония обаче всичките тези три събития се празнуват поотделно. Традициите свързани с будисткото поклонничество водят своето начало от живота на самия Буда. Според канона той завещава на своите последователи да посещават местата, където се е родил (Лумбини, Непал), получил просветление (Бодхая, Индия) и е излязъл от този свят (Кушинагара и др.) Поклонничеството в будизма започва с поклонение пред останките на Буда и включва в себе си посещение на свети места с цел духовно израстване и преклонение пред по-висшите сили (Бабкин, 1992 г.).

Форми на религиозния туризъм в днешно време

Кратък систематичен преглед на неговите различни форми ще осветли още повече този предмет. Те могат да бъдат диференцирани спрямо критерия продължителност на престоя: или краткосрочни без нощувка или дългосрочни с най-малко една такава. (Ringschede, 1992)

Краткосрочен религиозен туризъм. Краткосрочният религиозен туризъм се различава сам по себе си с отделно пътуване, ограничено до къси разстояния. Целта на този туризъм е да се отиде до определен религиозен център с местно, регионално или над-регионално значение или да се участва в религиозно тържество, религиозна конференция или църковна среща. Както днес, така и в по-ранни времена, разстоянието до поклонническото място се е взимало пеш, цели процесии минавали по пътеки през полята. Рядко някой използвал автомобил или публичен транспорт. Броят на годишните поклонници до регионални религиозни центрове днес е в порядъка на десетки хиляди.

Нужната инфраструктура като паркове и места за пикник, ресторанти и религиозни магазини за сувенири са на разположение на туристите. В днешно време поклонниците най-малко пътуват пеша. Повечето от тях пътуват с автобус или кола, дори когато традиционното пътуване става пеш. До средата на деветнадесетото столетие поклонници от цял свят са ходили пеш, често в комбинация с конен или корабен превоз. В радиус от най-много 25 км били концентрирани този род пътници пешеходци. Тези в радиус от 50-150 км задължително имали една или повече нощувки. В Лурд и Фатима поклонниците пешеходци се срещат често. В поклонническите центрове на Северна Америка не се срещат такива, които да ходят пеш, докато поклонници от Западна Африка достигат светия град Мека пеша, използвайки местния маршрут (с изключение разбира се на пресичането на Червено море).

В някои случаи отделни конференции на църковни организации и асоциации, както и провинциални църковни срещи се провеждат на различни места. Тяхното влияние е валидно само за определен период от време, изразяващо се под формата на по-натоварен трафик, наемането на специални влакове и автобуси и осигуряване на места за паркиране, къмпинг, както и други необходими удобства.

Дългосрочен религиозен туризъм. Важни поклоннически центрове са започнали в началото като местни и регионални такива. Като пример може да бъде взет Лурд във Франция, който от средата на деветнайсети век от обикновено място за поклонение се развива в поклоннически център с международно значение. (Nolan and Nolan, 1989). Такива центрове привличат всяка година от един до десет милиона поклонници. Рим и Мека са изявени международни поклоннически центрове. Докато в Мека се събират само истински поклонници, а тези от други вероизповедания нямат

достъп до там, в Рим като допълнение към 10 милиона поклоннически туристи се струпват годишно безброй много туристи, представители от всеки вид туризъм. Фатима също има международно значение, но е по-известна като национален религиозен център, което се доказва от огромния брой португалски посетители. Гваделупа притежава също интернационален характер, заради почитанието на нейния светец от всички в Америка; но остава известна предимно като национална светиня и цел на поклонниците от страната. Това важи не само за Мексико, но и за всяка друга страна от Латинска Америка, която притежава подобно национално поклонническо място. Градът Йерусалим е от международно значение за няколко световни религии. В пределите на неговите стени са подслонени свети места както за Юдеи, така и за Мюсюлмани и Християни. През 1967 година пътуването с кораб постепенно започва да бъде заменяно с въздушния транспорт, който заема 20% от всички останали видове транспорт. Постепенно автомобилът измества влака като средство за достигане на поклоннически дестинации. В рамките на религиозния туризъм автобусът и колата си остават най-важните транспортни средства, а в развиващите се страни също така и камионът. Организираните поклоннически пътувания имат тенденцията да се осъществяват преди всичко с автобуси и по-малко с автомобили.

Социална структура на религиозния туризъм

Потокът от религиозно мотивирани туристи може да бъде анализиран и разграничен от аспектите на неговата социална структура. За всяка една световна религия или отделна значима дестинация представителството на половете между поклонниците е в най-различно съотношение. Като цяло доминирането на жените може да бъде регистрирано не само там, където култът към Дева Мария в Западна Европа и

Северна Америка е издигнат на пиедестал, но това важи в пълна степен за всички католически поклоннически забележителности (Rinschede, 1990). Участието на жените в католически църковни срещи също превишава това на мъжете, както и тяхното присъствие на православните литургии, характерни за Ортодокса (Източното Православие). В Мека положението е точно обратното. Мъжете представляват 65% от всички „правовърни“, което явно е резултат от социалната позиция на жената, която тя заема в Ислямския свят и религия (Long, 1979).

Подобни различия могат да бъдат открити също така при възрастта на поклонниците. В Лурд тези, които са под 25 години представляват 34% от общия брой, в контраст със Западен Бенгал (10,4%). Организираните поклонници в Лурд показват, че тези с независими професии и с по-висок образователен статус не са добре представени, за разлика от тези, които идват от селските райони на Франция. При Хиндуизма ситуацията е точно обратната. Явно всяко отделно място има различна социална структура, която зависи от традицията и развитието на религиозния туризъм в дадената дестинация (Rinschede, 1992).

Влиянието на религиозния туризъм върху развитието на туристическите дестинации

Посещението на религиозни церемонии, църковни срещи и други религиозни конференции и организирани дейности – които се провеждат всяка година или през определени интервали от няколко години и често променят местонахождението си – има силно влияние върху развитието на населението, населените места и икономическото състояние на религиозните центрове. Като правило относително малък брой лица участват в подобен род дейности в сравнение с постоянния поток от поклонници, който намира в определени сезони или през цялата година към

всепризнати поклоннически места. Нарастването на населението произлиза главно от прииждането на работници от околностите на региона, които се надяват да предложат услугите си в полза на поклонниците (Rinschede, 1988). Градове, които зависят предимно от туристическия бизнес и притежават международна слава, по правило са по-големи. Днес Мека парадирва със своите 400,000 жители, които предимно работят като обслужващ персонал на прииждащите в града туристи. В някои случаи поклонниците пожелават да останат известно време, за да спечелят пари за обратния път към дома. Много от тях не се завръщат никога и се установяват за постоянно там. В началото на 1960 г. 19% от населението на Мека не е имало гражданство на Саудитска Арабия. В днешно време бройката на желаещите туристи да останат завинаги там е силно редуцирана – всеки пристигнал поклонник трябва да покаже билета си и за връщане (Long, 1979).

Развитието на икономиката на поклонническите места е тясно свързана с бързо нарастващото население. В добре познатите градове като Лурд, Фатима и Лорето в самото начало не е имало големи затруднения. Вече по-късно развитието започва целенасочено да се запланува. През 1987 г. в гр. Лурд е имало 370 хотела, във Фатима около 37 и в Мека само 4 (поклонниците нощували в големи опънати палатки или просто под открито небе). Много религиозни магазини за сувенири са разположени близо до хотелите. В поклонническите места на развиващите се държави голям брой пътуващи търговци пристигат точно по време на религиозните събития и празненства. В заключение, икономиката на цял един град и неговите покрайнини, а понякога и цяла една страна (Мека в Саудитска Арабия) може да бъде повлияна от потока поклоннически туристи.

Заклучение

Религиозният туризъм е свързан повече, отколкото би могло да се очаква, с другите видове туризъм и по-специално с ваканционния и културния туризъм. В миналото религиозните пътувания са били винаги мултифункционални, дори когато религиозните фактори са имали доминиращ характер. В модерно време религиозната мотивация е по-маловажна отколкото в древността. Следователно ще се развият и разцъфнат онези поклоннически места, чието разположение е в близост до големи туристически атракции.

Заради нарасналата мобилност по-малките религиозни места имат тенденцията да загубят своята привлекателност за туристите и накрая окончателно да спрат да съществуват, докато тези с надрегионално, национално и международно значение ще печелят все по-голямо значение, известност и признание от посещаващите ги. Развитието и експанзията на религиозните центрове се осъществява главно в райони с добра пътна инфраструктура в близост до големи градски агломерации.

За в бъдеще пътуването с кола и със самолет ще достига все по-големи параметри. Заради своята близка връзка с дейности, имащи развлекателен харак-

тер, религиозният туризъм се характеризира с определена сезонност и се причислява главно към летния туризъм.

Религиозният туризъм оказва влияние върху развитието на населението, населените места и икономиката на дадената религиозна дестинация. Поради нарастващата мобилност на броя поклонници тяхното специално въздействие вероятно ще се промени за в бъдеще. Ще има по-малко хотели и ресторанти в непосредствена близост до религиозните центрове, те ще бъдат разположени най-вече в покрайнините им или (направо на полето) в провинцията.

Религиозният туризъм е световно явление. Той може да бъде открит във всяка една световно известна религия, но също така дава отражение и върху броя на по-малките религиозни общности и във всяка една културна част от света, която е със свое собствено значение и влияние. Според статистически данни годишно има около 200 милиона поклонници, които участват само в международни, национални и надрегионални поклоннически пътувания. В допълнение съществуват безброй много туристи, които се събират всяка година в различни религиозни центрове, за да присъстват на религиозни церемонии или конференции. Те се признават и броят много рядко за истински поклонници.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма, 1992 г.
2. Василева, В., „Има ли религиозен туризъм в източна Стара планина и източния Предбалкан“, 2007
3. <http://geografia-turizma.ru/index.php?option=content&task=view&id>
4. Димитров, Божидар, „Българската християнска цивилизация“, 2007 г.
5. Тойнби, А., Икеда, Д., 1995 г. Избери живота, МФ „Св. Св. Кирил и Методи“, С.
6. Eiki, H. 1987. Pilgrimage in East Asia. In The Encyclopedia of Religion 11:349-351, New York.
7. Костов, Е., 2000 Религиозният туризъм в България, вчера, днес и утре“, с.86-87.
8. Lanczowski, G. 1982 Die heilige Reise-Auf den Wegen von Göttern und Menschen. Freiburg: Herder Verlag
9. Long, D. E. 1979 The Hajj Today: A Survey of the Contemporary Makkah Pilgrimage. Albany NY: State University of New York Press.
10. Morinis, E. A. 1984 Pilgrimage in the Hindu Tradition: A Case Study of West Bengal. Delhi.

11. Доц. д-р Марин Нешков, 2009. „ Религиозен туризъм – същност и съвременни форми”, статия.
12. Nolan, M. L. and Nolan, S., 1989. Christian Pilgrimage in Modern Western Europe. London NC: The University of North Carolina Press.
13. <http://www.religioustravelexpo.com/EXPObrochure.pdf>
14. Rinschede, G. 1988. The Pilgrimage Center of Fatima/Portugal. In *Geographia Religionum*, Band 4, pp.65-98. Berlin: Dietrich Reimer Verlag. 1990
15. Catholic Pilgrimage Places in the United States. In *Geographia Religionum*, Band 5, pp.63-147. Berlin: Dietrich Reimer Verlag. 1992 *Annals of Tourism Research*, pp. 51-67
16. Schöller, P. 1984 Die Zentren Neuer Religionen Japans. *Erdkunde* 38:288-302. 1986 Tempelorte und Tempelzentren in Japan. In *Geographia Religionum*, Band 2, pp. 127, Berlin: Dietrich Reimer Verlag. http://de.wikipedia.org/wiki/Spirituelles_Tourismus.

Проф. д-р МАРИЯ ШИШМАНОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

РАЗВИТИЕ КЪМ ПО- ЕФЕКТИВНА РЕГИОНАЛНА ПОЛИТИКА

DEVELOPMENT TO A MORE EFFECTIVE REGIONAL POLICY

Prof. PhD MARIA SHISHMANOVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The main parameters for the development of new strategies for regional development of districts and the municipal plans for regional development, with a horizon of 2020- 2025, will be set according to the National Strategy for Regional Development 2012-2022 and the National Spatial Development Concept for the period 2013 - 2025. In the new strategies for regional development of districts and municipal plans for regional development with a horizon of 2020 - 2025 characteristics and trends of local models for regional development, for which an example was given in the text above, should be taken into account in the formulation of vision and priorities to be implemented in the forecast year. So presented models for municipal development in the central regions provide the opportunity not only to stabilize the municipalities of these areas, but to obtain a sustainable regional development, which thereby will integrate gradually the peripheral areas over time. Thus, the interaction central - peripheral areas will increase, which would stabilize "the contact - buffer" zones between them and will gradually increase the territory of the central areas.

Key words: Regional strategies, plans, operational plans, central and peripheral regions, mechanisms

Въведение

Развитието към по-ефективна регионална политика трябва да се разглежда успоредно с политиката за териториално планиране. Всичките социално – икономически процеси се проектират в територията и имат конкретни реални изражения. За това трябва да се разглеждат съвместно всички документи на регионалното развитие и териториалното планиране.

Случаят който се представя за пример е Бургаския агломерационен ареал. На основата на европейските документи и нашите основни документи в регионалната политика, териториалното планиране и допълнителни изследвания се достига до определянето на много точна политика за регионално и териториално развитие на този агломерационен ареал.

Материал и методи

За анализиране и доказване на изследвания проблем са използвани

редица общоевропейски документи като проекта ESPON, съвместния документ за пространствено развитие на държавите от Вишеградската четворка, България и Румъния, "Териториален дневен ред на Европейския съюз 2020", Националната стратегия за регионално развитие 2012-2022 г., Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013-2025 г.

Освен това е използвано авторово изследване, публикувано в „Централните райони в контекста на регионалното развитие в Република България”, където се използва таксономичния метод за многомерни обекти.

Резултати и обсъждане

В редица **общоевропейски документи** се обръща сериозно внимание на териториалното измерение на кохезионната политика и на значението на градските центрове за постигане на териториално развитие. В тези документи се лансира при днешните условия

на обединена Европа известната от миналия век концепция за полицентрично развитие на градове – полюси на растеж. На полицентризма се разчита да се подобри общата картина на териториалното развитие и да се балансира развитието на регионите.

В проекта ESPON полицентричното развитие е представено от мрежата от функциониращи урбанистични ареали (FUA) в европейското пространство. Оценено е, че България има следните нива на функциониращи урбанистични ареали (http://www.espon.eu/main/Menu_Publications/Menu_TerritorialObservations/: – само един урбанистичен ареал – град с европейско значение – София и то отнесен към последната четвърта категория на тези метрополни ядра (MEGA);

- три ареала – градове с международно/национално значение (Пловдив, Варна и **Бургас**);

- 27 ареала – градове с регионално/локално значение (това са предимно средни градове и областните центрове).

В тази европейска класификация на градове-центрове към групата на градовете Пловдив, Варна и **Бургас** следва да се стремим да се включат и другите големи градове Русе, Стара Загора и Плевен, а по-късно и градовете Благоевград, Велико Търново и Видин като необходим център на северозападната периферия.

В съвместния документ за пространствено развитие на държавите от Вишеградската четворка, България и Румъния е отчетен фактът, че полицентричното развитие създава необходимите очаквания за намаляване на съществуващите регионални различия и осигуряване на равни условия за общо икономическо и социално развитие. С документа се изясняват полюсите на развитие, осите на развитие и транспортните мрежи на територията на страните. Полюсите на развитие включват ядрата на метрополиите или агломерациите, които създават импулси и повлия-

ват благоприятно цялата зона на влияние (<http://www.mrrb.government.bg/index.php?do=law&id=430&lang=bg&type=4>).

Осите на развитие са ивици от териториите, които свързват отделните полюси с наличието на транспортна и друга инфраструктура. В Съвместния документ за България основните полюси за развитие и оси за развитие се формират от:

1. Метрополната зона на столицата София (категория 0);

– 9 основни полюса на развитие с транснационално значение: Пловдив, **Бургас**, Варна, Ст. Загора, Русе, Плевен, Видин, Благоевград, Велико Търново (категория 1);

– Основните оси за развитие (категория 1) се формират на база на коридорите от трансевропейската транспортна мрежа TEN-T и на друга транспортна инфраструктура от европейско значение.

Прави впечатление, че определените за България полюси на развитие са твърде широко представени и отразяват не толкова съществуващо, налично състояние и развитие, а по-скоро потенциално или желано развитие

В “Териториален дневен ред на Европейския съюз 2020” от 2011 г. се акцентира на следните приоритети, свързани с градското развитие:

1. *Подпомагане на полицентрично и балансирано териториално развитие* – чрез насърчаване на иновативни мрежи между градовете, които да се състезават на европейско и световно ниво. Поставя се акцент на полицентрично развитие на национално и регионално ниво. Съществена роля се отрежда на малките и средни градове на регионално ниво.

2. *Насърчаване на интегрираното развитие в градовете, селските и специфичните райони* – чрез прилагане на интегриран подход на много нива в обновяването и развитието на градовете. Препоръчва се излизане от административните граници и фокусиране в дългосрочен план върху функцио-

ниращите райони (FUAs), т.е. върху агломерационните ядра и ареали.

3. *Засилване връзките между градските и селските райони* на всички нива, чрез подобряване на достъпността и възможността за работа. Подчертава се, че на метрополните райони ляга основната отговорност за развитието на периферията.

4. *Териториална интеграция в граничните и транснационалните функциониращи райони.*

В **Националната стратегия за регионално развитие 2012-2022 г.** йерархичната система от градове-центрове се представя от пет йерархични нива:

- **Първо ниво – столицата** – център с европейско значение – в националната територия;

- **Второ ниво – големи градове** – центрове с национално значение – в територията на районите **9 бр.** (6+3): Пловдив, Варна, **Бургас**, Русе, Плевен, Стара Загора + Видин, Велико Търново, Благоевград;

- **Четвърто ниво – малки градове** с микрорегионално значение – в територията на групи общини 95 бр.: Югоизточен район: **Айтос, Карнобат, Несебър, Поморие**, Приморско, Руен, **Созопол**, Средец, Царево, Малко Търново, Елхово, Котел, Нова Загора, Твърдица, Гълъбово, Раднево, Чирпан;

- **Пето ниво – много малки градове и села, центрове на общини** –133 бр. Тук се числи и **Камено**.

Ролята на столицата като организиращ националната територия център се подпомага от големите градове, нейни балансьори. Те са преди всичко градовете Пловдив, Варна, **Бургас**, които показват стабилно развитие и са включени в общоевропейската мрежа на градове с национално значение. С оглед по-равномерното насищане на територията с центрове от тази категория, към тях е необходимо да се включат и другите големи градове

Русе и Плевен, предвид тяхната роля на центрове в съответните райони, и Стара Загора като център дубльор на **Бургас** в ЮИ район. И при тази схема на градове с национално значение в районите остават още периферни територии, силно отдалечени от тези центрове. Затова е подходящо да бъдат стимулирани като центрове с национално значение и градовете Видин в северозападната територия, Благоевград в югозападната територия и Велико Търново с Горна Оряховица в северната централна територия. Така се формира второто ниво от 9 бр. центрове с национално значение в територията на районите от ниво 2.

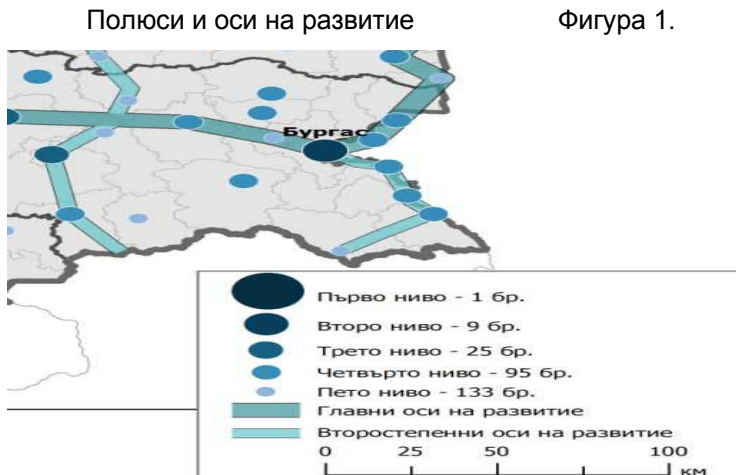
В територията на областите (NUTS3) като центрове с регионално значение се изявяват областните градове, но тяхната роля може да бъде допълвана от някои стабилно развиващи се градове в областите. Такива са Петрич, Дупница, Димитровград, Казанлък, Карлово, Свищов, Горна Оряховица. Така се формира третото ниво от 25 бр. центрове с регионално значение в територията на областите.

В териториите на групи от общини се изявяват някои малки градове със своята традиционно организираща роля. Те са преди всичко бивши околийски центрове в миналото с относително стабилно развитие като Троян, Червен бряг, Севлиево, Мездра, Лом, Сандански, Гоце Делчев, Трявна, Панагюрище и др. Важна е тяхната обслужваща функция за съседните малки общини. Така се формира четвъртото ниво от 95 бр. центрове с микрорегионално значение в територията на групи общини.

В територията на общините техните центрове – много малки градове и села, са административни, стопански и обслужващи центрове за населението на собствените си общини. Те формират петото ниво от 133 бр. центрове с общинско значение.

Основните и второстепенните оси на развитие се формират по транспортните направления на коридорите от транс-европейската транспортна мрежа и на други транспортни мрежи от европейско и национално значение в територията на България. Те осигуряват връзките между

урбанистичните центрове в националната територия, както и връзките им с другите европейски центрове. Тяхната стимулираща роля за урбанистичното развитие е очевидна, затова те могат да бъдат наречени оси на урбанистично развитие.



В Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013-2025 г.

Модел “Изходно състояние”. Моделът “Изходно състояние” съдържа йерархичната система от градове-центрове, простиращи влиянието си върху различни по площ териториални ареали 6:

1-во ниво - столицата София, център с европейско значение за националната територия - 1бр.

Според европейската класификация на ESPON София е град от 4-та степен на нивото Metropolitan European Growth areas (MEGA)

2-ро ниво - големи градове, центрове с национално значение за територията на районите – Пловдив, Варна, **Бургас**, Русе, Плевен, Стара Загора – 6 бр.

Според европейската класификация на ESPON от 2-ро ниво (Transnational–national) са само градовете Пловдив, Варна и **Бургас**.

4-то ниво - малки градове с микрорегионално значение за тери-

торията на групи общини (околии) – 125 – 35 = 90 бр. Югоизточен район е представен с 15 бр.: **Айтос, Карнобат, Несебър, Поморие, Созопол** (5+), Средец, Царево, Малко Търново, Елхово, Котел, Нова Загора, Твърдица (5+), Гълъбово, Раднево, Чирпан.

5-то ниво - много малки градове и села, центрове с общинско значение за територията на съответните общини – 264 – 125 = 139 бр. В Югоизточен район 13 бр.: **Камено**, Приморско, Руен, Сунгурларе; Болярово, Стралджа, Тунджа; Братя Даскалови, Гурково, Мъглиж, Николаево, Опан, Павел баня.

Модел „Умерен полицентризъм” 2025г.

В **Източна България** като основни полюси на растеж и като балансьори на столицата ще се развиват двата големи града от 2-ро ниво Варна и **Бургас**. Тези градове са източни "портали" за Европейския съюз и ще се развиват като важни транспортни и търговски центрове

в европейската мрежа от градове. Като центрове от 3-то ниво се проявяват областните градове Шумен, Добрич, Търговище, Сливен и Ямбол, които покриват сравнително равномерно територията в хинтерланда на крайбрежието. На крайбрежието добро развитие показват градовете от 4-то ниво Балчик, Каварна, **Несебър, Поморие, Царево, както и Карнобат и Айтос** в хинтерланда. В северната периферия е необходимо стимулирането на Генерал Тошево, а в южната - на Елхово и Малко Търново, за да изпълняват важната роля на центрове от 4-то ниво в периферните селски и гранични райони.

Възприетият в НКПР модел “умерен полицентризм” се отнася за перспективния хоризонт 2025 г. В сравнение с изследваните алтернативни модели – на силно развит моноцентризм и на силно развит/“краен” полицентризм той е по-реалистичен при сегашните условия на демографско и икономическо развитие, при ограничени ресурси и малък брой, но ясни приоритети за подпомагане на градското развитие през следващия програмен период. Това предполага

концентрация на ресурсите в ограничен брой центрове, подкрепящи осите на урбанистично развитие, които са важни за съхраняване устойчивостта на модела и цялостното пространствено развитие на страната. Силно развитият полицентризм отразява желаната визия и е свързан с постигането на стратегическите цели в по-далечна перспектива – след 2025 година.

На основата на детайлното изследване на агломерационните ареали с таксономичния метод се достигна до пет типа групи центрове-общини и техни видове.

Община Бургас трябва да се разглежда в своя обхват на **агломерационен ареал** заедно с общините **Созопол, Несебър, Поморие, Камено, Айтос и Карнобат**. **Основната ос на развитие в случая се явява еврокоридор №8 или пътя на коприната**, който свързва Азия с Европа, както и на Черноморския коридор успореден и дублиращ покрай морето когато се изгради коридор №9.. Бургас заема стратегическо положение и заедно с Варна са **контрабалансори** на столицата София (Шишманова, М. 2011).

Таблица 1.

№	Община	Жизненост		Уязвимост		Социално-икономическо развитие		Конкурентоспособност		Потенциал природен човешки антропогенен	
		Обобщаваща оценка	Ранг	Обобщаваща оценка	Ранг	Интегрална оценка	Ранг	Интегрална оценка	Ранг	Интегрална оценка	Ранг
1	София-град	0,8107	9	0,9132	36	0,4283	3	0,5024	3	0,5169	4
7	Пловдив	0,6631	1	0,8200	28	0,5667	5	0,6768	13	0,8045	29
16	Варна	0,7282	2	0,9131	35	0,5859	6	0,4564	2	0,4861	2
23	Бургас	0,7913	6	0,9248	37	0,4460	4	0,3642	1	0,4011	1
24	Камено	0,8585	14	0,8389	31	0,6041	10	0,8522	31	0,7491	26
25	Айтос	0,8452	12	0,7390	18	0,8484	35	0,8313	29	0,8034	28
26	Карнобат	0,8799	22	0,7048	14	0,7313	22	0,7228	21	0,6627	16
27	Поморие	0,7345	3	0,8058	26	0,7169	20	0,7120	20	0,6753	18
28	Созопол	0,7756	4	0,8316	30	0,8269	34	0,8188	28	0,6281	12
29	Несебър	0,7807	5	0,9117	34	0,6266	12	0,6895	15	0,5334	5
30	Русе	0,8749	20	0,7991	24	0,5942	7	0,5095	4	0,5546	7
31	Плевен	0,8722	19	0,7228	16	0,5986	8	0,5985	7	0,5989	10
35	Стара Загора	0,8618	16	0,8002	25	0,6764	16	0,7084	19	0,6689	17

От анализираниите 37 общини с център голям град и прилежащите към тях общини от агломерационния ареал **община Бургас заема отлични позиции**, дори по-добри от община гр. София.

По природен, антропогенен, човешки потенциал община Бургас заема 1-ва позиция, а София 4-та позиция.

По степен на социално-икономическо развитие община Бургас заема 4-ти ранг, а София 3-ти ранг. При социално-икономическото си развитие най-добре се позиционират в агломерационния ареал Камено (ранг 10) и Несебър (ранг 12). Останалите общини заемат значително задни позиции – имат явни проблеми в своето социално-икономическо развитие.

Ако се разгледа уязвимостта на тези 37 общини се оказва, че община Бургас е най-неуязвима (ранг 37), а София заема ранг 36. Общините от агломерационния ареал на Бургас показват слаба уязвимост¹.

Като жизненост² на общините община Бургас заема 6-та позиция, а София 9-та позиция. Всичките общини от агломерационния ареал на Бургас са много жизнени (виж таблица 1).

Най-конкурентоспособната³ община в страната се явява Бургас - ранг 1,

¹ Обобщаващ измерител за **уязвимост на територията**, формиран въз основа на показателите: осъдени лица по извършени престъпления на 1000 жители; относителен дял над трудоспособна възраст; среден брой лица на 1 жилище; равнище на безработица %; равнище на безработица на населението до 29 г.%; относителен дял на безработните над 1 година %;

² Обобщаващ измерител за **жизненост на територията** е формиран въз основа на показателите: относителен дял на населението под трудоспособна възраст; въведени в експлоатация жилища на 1000 жители; относителен дял на урбанизираната територия; брой безработни за едно СРМ; пазар на земята – сключени брой сделки за закупуване на земеделски земи (ниви, пасища/ливади, трайни насаждения, лозя, стопански двор, гори и др.)

³ Интегрална оценка за **конкурентоспособност на територията** се формира от: обобщаващата оценка за **потенциалът на територията**;

Варна, ранг 2, София - ранг 3. Общините от агломерационния ареал на Бургас заемат задни позиции. Това означава, че е необходимо да им се създадат условия, с които да станат по-конкурентоспособни и да не „тежат“ на община Бургас, а да допринасят за по-нататъшния ѝ просперитет. От двете фигури за привлекателност на инвестиции община Бургас е позиционирана отлично, дори преди община гр. София.

Когато се разглежда фигура 2 - Привлекателност I формираща се от степента на уязвимост и достигната степен на конкурентоспособност, веднага след София се позиционира община Несебър. Следва община Поморие с много близка степен на уязвимост до Несебър и по-ниска степен на конкурентоспособност.

Следват в една група на конкурентоспособност с оценка между 0,8000 и 0,9000 общините Созопол, Камено, Карнобат и Айтос, които се различават по реда на описване със завишаване на степента на уязвимост, но тя е със значително добри оценки между 0,8000 и 0,7000.

Във фигура 3 – Привлекателност II, формираща се от достигнатата степен на социално-икономическо развитие и степен на жизненост. София и община Бургас са в една група на социално – икономическо развитие, но Бургас се подрежда по-напред по тази оценка, като по достигната степен на жизненост Бургас е значително по-напред в позиционирането. Останалите общини се разделят на три групи по степен на социално-икономическо развитие, а именно първа група - Несебър - Камено; втора група - Поморие - Карнобат; трета

интегрална оценка на социално-икономическото развитие; обобщаващата оценка за изградеността на техническата инфраструктурата;

група - Созопол - Айтос. По степен на жизненост последните общини са много сходни и се подреждат в две групи. В първата група са Поморие, Несебър, Созопол, Айтос. Тяхната оценка варира

между 0,7000 – 0,8000. Следващата група се формира от общините Камено, Карнобат с оценка между 0, 8000 – 0,9000.

Привлекателност I

Фигура 2

Комплексни интегрални оценки	Конкурентоспособност											
	0	0,10	0,20	0,30	0,40	0,50	0,60	0,70	0,80	0,90	1,00	
Уязвимост	0,10											
	0,40									Садово Чирпан	Долен Дъбник	
	0,50						Провадия		Червен бряг		Долна Митрополия	
										Първомай	Самоков	
	0,60						Раднево		Стамболийски	Раковски		
								Девня	Марица		Аврен	
	0,70						Плевен			Айтос		
							Русе	Ботевград Балчик	Костинброд	Елин Пелин Асеновград Карнобат		
	0,80							Белослав Пловдив	Божурище Родопи Поморие Ст. Загора	Камено Созопол		
0,90				Бургас	Варна	София	Несебър			Куклен		

(Шишманова, М. 2011)

Привлекателност II

Фигура 3

Комплексни и интегрални оценки	Социално-икономическо развитие										
	0	0,10	0,20	0,30	0,40	0,50	0,60	0,70	0,80	0,90	1,00
Жизненост	0,10										
	0,60										
							Пловдив Варна				
	0,70						Бургас	Балчик Несебър	Поморие	Созопол	

	0,80	Девня					Белослав	Божурище Стамболийски Провадия	Айтос Долен Дъбник	
					Русе Плевен		Ботевград Марица Камено	Раковски Аксаково Карнобат		
	0,90			София		Е.Пелин Костинброд Асеновград Куклен	Самоков Първомай	Садово Д.Митрополия		
							Родопи			Аврен

(Шишманова, М. 2011)

Изпълнявайки една от приоритетните оси на Оперативна програма „Регионално развитие” - „Разработване

на интегрирания план за градско възстановяване и развитие” трябва тези тенденции да се имат в предвид.

Фигура 4. Локални модели на регионално развитие



БУРГАС е от ПЪРВИ ТИП – ГРАДСКИ ПОЛЮСИ и от вид „Мулти-специализирани полюси”, **функционални столици** (Шишманова, М. 2011).

Такива са София, Пловдив, Варна, **Бургас**, Стара Загора и се характеризират със силен капацитет, чрез постигане на еволюирана продуктивна тъкан (информационно общество,

технологичен трансфер, иновации, зелени технологии), силен капацитет за абсорбиране на заетостта и напреднал третичен сектор в непрекъснат растеж. Тези особености се потвърждават от анализите за 2007 г., които показват отличителните белези на този модел за развитие и в същото време показват различни особености на три реалности –

агломерационни ареали, които влизат в тази група (ядра, агломерационни ареали, оси на развитие).

Представителите на този тип на стратегиите за бъдещо развитие подсказват четири аспекта, които могат да се разрешат на тези територии, да се конкурират на международно ниво в средносрочно и дългосрочно време, като започнат да се управляват техните стратегически функции от икономически, политически и културен характер:

- могат да се приемат като „социо-урбанистична столица“, резултат от микс от човешки капитал, изследвания, култура, висока формираност, дори за креативност, на проекти поради високата си степен на развитост;

- международно призвание, което трябва ясно и недвусмислено да се реализира в големите урбанистични проекти по начин да привлекат нови познания – връзки, компетенции и познания произтичащи на основата на останалия свят;

- предложение за дифузна и пресичаща други процеси иновация в производствената и непроизводствената сфера;

- социално-културен контекст, т.е. една положителна среда за развитие на система от ефикасен сервиз и общо създаващ се контекст от изгодни фаворизиращи привлекателността за инвестиции и нови познания.

СОЗОПОЛ е ПЪРВИ ТИП – ГРАДСКИ ПОЛЮСИ и вид „Витрините на България“. Такива общини са още Русе, Велико Търново, Габрово, Шумен, Несебър, Созопол (Шишманова, М. 2011).

Иновацията е едно предизвикателство не само актуално, но и за в бъдеще ще продължава да окупира пространства с все по-важни в планове за местното развитие. Различни инициативи са започнали или ще започват за средносрочно време гледайки раждането на технологични

паркове, бизнес паркове промоцирани от програмите за координация между регионите, областите и общините и от света чрез представителството на предприемачи за стимулиране раждането на иновативни предприятия. Капацитетът за реагиране и интегриране конструира изявяващия се фактор на модела, а именно:

Отвореност и приемственост на територията на дълбока предприемаческа култура, еволюираща в индустриална, с представителност не само пред света, но и пред туристите. Това е екстреман синтез на профила на ареалите, силно характеризиращи се в идентичността на икономиката, които ще растат все повече в известността благодарение на качеството на историческия и културен повик и от положителната сила на традициите. Средно големите урбанистични центрове с богатата тъкан на икономическо производство от солидни предприятия и също такива с малка значимост, опериращи върху различни пазари и често „родени“ от традиционното занаятчийство, които впоследствие се преобразуват в индустриални предприятия от висока класа с тенденция за бързо развитие и интернационализация (текстил, и др.). Тези средно големи урбанистични центрове модернизират техническата инфраструктура, търсят устойчивост на работните места и сектори, генериращи висок растеж.

НЕСЕБЪР И КАМЕНО от ВТОРИ ТИП – АРЕАЛИ ОРГАНИЗИРАНИ В МРЕЖА и от вид „Големи предприятия в малки общини понастоящем и в бъдеще“. Такива общини са още – Раднево, Камено, Елин Пелин, Девня, Белослав, Ямбол, Добрич (Шишманова, М. 2011)

Отличителните елементи на този модел, в сравнение с другите групи от модели от рода на клъстерите (посветени на клъстерите и мулти-специализирани клъстери) е от значение присъствието на средни и големи

предприятия, които са концентрирани преди всичко в хранително-вкусовата промишленост и тези в машиностроенето, енергетиката, химията, строителството, сектори генериращи висок растеж и устойчиви работни места. Този фактор представя и преди всичко един пункт от важна сила за този модел и един отличен елемент, който произвежда добавена стойност на местно ниво. За това са осъзнати и местните институции, които в голямата си част работят в териториите да консолидират отделните съществуващи производствени отрасли, да развият помощни дейности към предприятията, и да провеждат предначертани политики за поддръжка на производствени вериги. Някои територии могат да започват да се ориентират към диференциация на производствената тъкан и засилване на нови призвания в производството.

ПОМОРИЕ е от ЧЕТВЪРТИ ТИП – С ИЗЯВЕН ПОТЕНЦИАЛ и от вид „Градски ареали с неразвита модерност” Такива общини са още – Балчик, Поморие, Свищов, Червен бряг, Троян, Карлово, Сопот, Самоков (Шишманова, М. 2011)

Въпреки, че до голяма степен са останали неразрешени структурните проблеми на този модел (ниска заетост, ниска дифузия на малки предприятия, традиционален третичен сектор) в района се търсят жизнеността и динамизма с който местните да афронтират темата за развитие на собствените им територии. Между стратегическите директиви за развитие на тези територии за средно и дълго време, приоритетността стъпва на силните страни на центъра.

Сравнено с тази тема друг център е един от примерите и със сигурност един от по-ефикасните примери за реструктурираща политика и градско възстановяване, базирана на внимателен избор за валоризация на културно-историческото наследство и културно-артистичните ресурси (с инициране на сезон

с големи изложби) и туризъм свързан със свободното време и развлеченията. Големите възможности за този вид се отнася и за градски ареали, където туризма има голям потенциал за растеж, точно заради различни предлагачи се на територията във времето културни ценности, природни дадености с ниска "използваемост", съвсем икономично ресурс.

АЙТОС, КАРНОБАТ са от ЧЕТВЪРТИ ТИП – С ИЗЯВЕН ПОТЕНЦИАЛ и вид „Ареали- общини чакащи и търсеци своето призвание”. Този модел на развитие е най-многоброен и най-разпространен по територията на страната. Обединява ареали много различни по между си, но поради различните мотивации афронтирали или афронтиращи фазата на криза, те са на нова позиция на конкуренция и ползване на местните потенциали. Натискът на глобална конкуренция и промените в национален контекст не допринасят за по-голямо сближаване с местната икономика, като се потвърждават нуждите да се даде различен отговор на различните териториални конюнктурни. Този модел потвърждава необходимостта и демонстрира въпреки ситуацията на застой или криза в моделите за традиционното развитие, че областите на развитие могат да бъдат диференцирани и да имат приложено технологично развитие. Доколкото се разглежда диалога между актьорите на територията (инициатива на партнирането на общински проекти, активизиране на междуинституционални и т.н.) той става по-слаб от който и да е друг модел. В тази посока самите партньорства разбират, че е необходимо да се работи още много. Тези общини могат и чакат към тях да се изнесе дейност. Те могат да станат дестинация на производствен износ – аутсорсинг (outsourcing destination). За това е необходимо квалификация и преквалификация на работната сила.

Заклучение

Основните параметри за разработването на новите стратегии за регионално развитие на областите и общинските планове за регионално развитие с хоризонт 2020 -2025 г. ще бъдат от Националната стратегия за регионално развитие 2012-2022 г., Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013-2025 г.

В новите стратегии за регионално развитие на областите и общинските планове за регионално развитие с хоризонт 2020 – 2025г., характеристиките и тенденциите на локалните модели за регионално развитие, за които се даде

пример по-горе в текста трябва да се имат в предвид при формулирането на визията и приоритетите за постигане в прогнозната година.

Така представените модели за развитие на общините в централните райони дават възможността не само да се стабилизируют общините от тези райони, но да се получи едно устойчиво регионално развитие, с което ще се приобщат постепенно във времето и периферни райони. Така ще се засили взаимодействието централни-периферни райони, което ще стабилизира "контактните – буферните" зони между тях и ще се увеличава постепенно територията на централните райони.

ЛИТЕРАТУРА

Националната стратегия за регионално развитие 2012-2022г

Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013-2025г

Пространствено развитие на държавите от Вишеградската четворка, България и Румъния 2011

Териториален дневен ред на Европейския съюз 2020, 2011

Шишманова, М. 2011, Централните райони в контекста на регионално развитие на Република България, Авангард Прима, София

http://www.espon.eu/main/Menu_Publications/Menu_TerritorialObservations/ ESPON

<http://www.mrrb.government.bg/index.php?do=law&id=430&lang=bg&type=4>

Д-р МАРИАНА УШЕВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“, БЛАГОЕВГРАД

**СЪЩНОСТ, ХАРАКТЕРИСТИКИ И ОСОБЕНОСТИ
НА УПРАВЛЕНСКИЯ КОНТРОЛ В СЪВРЕМЕННАТА ОРГАНИЗАЦИЯ**

**NATURE, CHARACTERISTICS AND CIRCUMSTANCES
OF THE MANAGERIAL CONTROL IN THE MODERN ORGANIZATION**

Dr. MARIANA USHEVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: Management control ("MC") is one of the most important performance factors in the modern practice of impact and interaction with human resources. It provides feedback between expectations, initial plans and objectives and achieved real results. All the controls have the same goal: to contribute to actual results that are closest to the desired (planned). With management control management determines the correctness of their decisions and establishes the need for adjustments. The modern manager has to skillfully use all the means, methods and techniques of managerial control. To choose the most appropriate for the organization, human resource situation and control on the basis of trust, delegation of rights and responsibilities and appropriate interaction downstream "controller - controlled."

Keywords: management control, management, human resources

Управленският контрол (management control – „MC“) е един от най-важните фактори за ефективност в съвременната практика на въздействие и взаимодействие с човешките ресурси. Той предоставя обратната връзка между очакванията, първоначалните планове и цели и постигнатите реални резултати. Повечето както теоретици, така и практики в областта на управлението на човешките ресурси се съгласяват с извода, че управленският контрол трябва да бъде достатъчно опростен, ясен за персонала и да се основава на оригинални методи, адекватни за всяка управленска ситуация. Това гарантира, че контролът ще бъде разбираем за субектите на управление, което от своя страна води до поддържане на системата за контрол.

Класическата дефиниция на контрола принадлежи на *Роберт Антъни*

(Robert Anthony, 1965¹). Изучавайки различията в информационните потребности на управляващите *Антъни* разделя видовете управленска дейност на три вида:

i) Стратегическо планиране (вземане на решения относно стратегически задачи - целеполагане, използване на ресурси и т.н.);

ii) Управленски контрол (привличане и използване на ресурсите);

iii) Оперативен контрол (изпълняване на конкретни производствени задачи на най-ниско ниво.

Тези три вида дейност съответстват на управляващите на високо, средно и ниско ниво. По същото време (1965) той определя управленския контрол като процес, чрез който мениджърите се уверяват, че придобитите ресурси се използват ефективно, за да се постигнат целите на организацията. През 1988 г. *Р.*

¹ Anthony, R. Planning and Control Systems: A Framework for Analysis. Robert (Boston, 1965)

Антъни¹ извежда второ определение, според което „контролът в управлението е процес, чрез който мениджърите влияят на други членове на организацията, за да осъществят нейната стратегия“ [Anthony, R., J. Dearden, V. Govindarajan, 1992, p. 10].

В литературата се срещат и значителен брой други определения на понятието „управленски контрол“ [А. Доралийски, 2004, с. 107, М. Харизанова, М. Мирчев, Н. Миронова, 2006, с. 198; А. Станчева, 2006, с. 14; А. Ангелов, 2002, с. 202; И. Симеонов, 1995, с. 133; Й. Радков, 2002, с. 271 и др.]. Всички те като цяло отразяват развитието на идеите за същността на управленския контрол в управленската теория и практика през съответния период.

Ние ще приемем, че *контролът е процес на въздействие и взаимодействие между контролиращия и контролирания, основан на доверие, взаимопомощ и уважение към личностно-психологическите различия на двете страни, водещ до постигане на желаните за организацията цели и задачи. Като постоянно осъществявана управленска дейност тук се включват аналитични и оценъчни действия на мениджъра в посока на: контролиране на изпълнението на дейностите и резултатите на всеки етап от реализацията на поставените цели; изясняване на причините и коригиране на отклоненията в процеса на контрола отклонения; мониторинг на действителното състояние и осигуряване на възможности за реализиране на желаното такова що касае целите на организацията, и проверка на нивата на съвпадение с планираното и удовлетвореност от постигнатото.*

Трябва да отбележим още, че понятието „контрол“ може да бъде

разглеждано както *в тесен смисъл* – като един от етапите на процеса на управление (или като една от неговите функции²), така и *в широк смисъл* – като система (част от управленската система на организацията), която се състои от ред елементи.

Управленският контрол на организацията *в най-тесен смисъл* се състои от осъществяването от страна на определени субекти, на които са делегирани съответните правомощия (т.е. субекти, осъществяващи контролни функции) следните действия:

- определяне на действителното състояние или действията на администрираното от системата за управление на организацията звено (отдел, дирекция, подразделение и т.н.), което е обект на контрол;

- сравнение на действителните данни с необходимите, т.е. с базата за сравнение, приета в организацията или зададена отвън, или въз основа на рационалността;

- оценка на отклоненията, превишаващи пределно допустимото равнище за степента на тяхното въздействие върху аспектите на функционирането на организацията;

- идентификация на причините за отклоненията.

В съответствие с подхода, в тесен смисъл целта на контрола е „информационна прозрачност“³ на обекта на наблюдението, касаеща възможности за вземането на ефективни решения. При това в понятието „информационна прозрачност“ на обект на управление е отразена представата за степента на управляемост на дадения обект, тоест, степента, до която в резултат на управлението се осигурява (към настоящия момент или в бъдеще време)

¹ Anthony R., Dearden J. & Govmdarajan V. (1992). Anthony R.N., Dearden J., Govmdarajan V., Management Control Systems, 7th ed. (Homewood: Irwin, 111., 1992).

² Подобен подход е разпространен в началния стадий на развитие на науката за управлението.

³ По материали от източник:

http://inform.od.ua/articles/examen/upr_control_as_sys tem.htm

необходимото състояние или действие на обекта на управление в съответния времеви момент (период).

Очевидно е, че без пълна информационна прозрачност на обекта на управление адекватното му възприемане е невъзможно, а управленското въздействие няма да доведе до желани резултат и управленската връзка с обекта се губи. Всичко това обуславя особено важността на контрола в процеса на управление. Функциите на „МС“ могат да бъдат: оперативни, класифициращи, превантивни, комуникативни, информативни и защитни. При това особеността на „МС“ е в неговата двойствена роля в процеса на управление. В резултата на дълбока интеграция на контрола и другите елементи на процеса на управление на практика е невъзможно да се определи дейността за служителя по такъв начин, че да се отнася само до един определен елемент на управлението, без връзка и взаимодействие с управленския контрол. Както знаем, всяка управленска функция (планиране, прогнозиране, осчетоводяване и т.н.) е интегрирана с контролната. Ето защо е правомерно да се твърди, че контролът в организацията е:

- необходим елемент на всеки етап от процеса на управление;
- обособен стадий, осигуряващ информационна прозрачност за качеството на процеса на управление за всички други етапи.

Може да се каже, че всички видове контрол имат една и съща цел: да допринесат за това действителните резултати да са възможно най-близо до желаните (планираните). С помощта на управленския контрол ръководството определя правилността на своите решения и установява необходимостта от корекции. Ако решението се оказва недостатъчно ефективно или погрешно, то именно добре разработената и утвърдена система за управленски контрол ще позволи своевременното диагностициране и внасянето на корек-

ции в дейността, разпоредбите, оценките, указанията, целите и т.н. на организацията. Казано с други думи управленската система за контрол е своеобразна система за мониторинг на проблемите – открива ги и подпомага отстраняването им.

Нека обърнем внимание на още един аспект на съвременната управленска система за контрол. В противовес на контрола в миналото, целящ да се „хване“ или „уличи“ служителя основната функция на съвременния управленски контрол е да отбележи добре свършената работа, която често остава незабелязана. Съпровождащата контрола комуникация позволяват както на ръководителя, така и на подчинения да изясни правилно ли се върши поставената задача, необходими ли са някакви промени, намеса на други специалисти, подпомагане, обучение и т.н. Или казано с други думи, управленският контрол помага да отстраняването на неопределеността в работата. Така управленският контрол заема изключително важно място в системата на управленски действия. Според немските изследователи *В. Зигерт и Л. Ланг*¹ в книгата им „Да ръководиш без конфликти“ само една задача е по-високо като ранг в управлението – поставянето на целите. Контролът е изключително необходим по причини, представени в таблицата (Табл. 1).

Както много автори подчертават контролът като управленско (или по-широко, като социално) действие не се харесва нито на контролиращите, нито на контролираните. А „общата нелюбов психологически сближава хората, превръщайки контролът в проформа“.²

¹ Зигерт, В., Л. Ланг. Руководить без конфликтов: пер. с нем. 1990. 336 с.

² Вересов, Н. Все схвачено: психологические аспекты и сущность управленческого контроля, 22 июля 2005. (http://www.elitarium.ru/2005/07/22/vse_skhvacheno_p_sikhologicheskie_aspekty_i_sushhnost_upravlenneshesko_kontrolja.html)

Табл. 1. Причини за необходимостта от контрол

Липсва неопределеност	Колкото и внимателно да са разработени плановете и програмите в организацията не може да се вземат под внимание всички възможни усложнения и инцидентно възникващи обстоятелства. Контролът е необходим за осигури коригирайки решението на задачите отстраняване или намаляване на неопределеността.
Идентификация на успехите	Търсят се и се идентифицират не толкова грешките, колкото успехите. Управленският контрол позволява да се определи кои насоки на дейността са най-перспективни.
Възможност за предвиждане на кризисни ситуации	Натрупването на грешки и дребни неразрешени въпроси често може да надвишат критичната маса, когато не им се обръща внимание. По този начин управленският контрол позволява да се фиксират и поправят грешките преди последствията им да доведат до криза.

В статията си *Н. Вересов* обръща внимание и върху това, че контролът е „сравнение на това, което има с това, което трябва да има”. Тоест, адекватен е изводът, че контролът може да се осъществява само от човек, който е наясно какво „трябва да бъде” и има достатъчно актуална и достоверна информация за това, какво е действителното състояние на това, „което има”. В този смисъл не можем да не се съгласим с извода, че своевременно дадения съвет, информирането и коригирането на действията на служителите (разбира се, вземайки под внимание правото им на грешка) е „безспорна услуга, която ръководителят прави на своите подчинени”. Така контролираните и контролиращият отново се сближават като позиции, но вече в позитивния смисъл.

Нека разгледаме и още един важен проблем на управленския контрол – проблемът на баланса. При ръководството на човешките ресурси ефективният контрол се намира в „златната среда” между „тоталният (абсолютен) контрол” и „липсата на контрол”. Всеки

съвременен мениджър е принуден да търси мястото си между тези полюси и съответно да носи последствията от избора си. Нека разгледаме кратко последствията и от двете явления (Табл. 2).

Трябва да отбележим, че понякога отсъствието на управленски контрол се оправдава като „доверие към подчинените”. Безспорно нито една работа не може да се извършва без доверие между работещите (особено, ако става дума за екипна работа). Но контролирането, както отбелязахме, не означава само проверка на извършеното, а и помощ, корекция и съвет. С други думи, ако управленският контрол е правилно организиран, именно той може да бъде средство за изразяване на доверието към подчинения. Още при възлагането на задачата може да се коментират и формите на контрол, които ще бъдат използвани. Още повече, че за творческите личности например е неприемлив текущия контрол, може да доведе до обратните резултати.

Табл. 2. Последствия от крайностите в управленския контрол

Тотален (абсолютен) контрол	Липса на контрол
<ul style="list-style-type: none"> ▪ безсмислена загуба на управленско време; ▪ унищожаване на творчеството и свободното изразяване на служителите; ▪ постоянен страх от грешка, водещ повишаване на количеството грешки; ▪ чувство за вина и раздразнение (както на ръководителя, така и на подчинените); ▪ невъзможност за делегиране на правомощия; ▪ липса на отговорност на подчинените, които възприемат поставените задачи като досадна работа, а не като лична кауза; ▪ липса на лоялност към компанията и ръководителя; ▪ потиснатост, психологически и здравословни проблеми на подчинените, водещи до намаляване на качеството и количеството положен труд и др. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ апатия и недоволство сред подчинените; ▪ страх от „внезапни“ проверки; ▪ некачествена продукция; ▪ неуплътняване на работното време, закъснения; ▪ недоверие към ръководството; ▪ възприемане на ръководителя като „слаб“; ▪ приемане на теза за „липса на критерии“ за изпълняваната работа; ▪ липса на доверие, сътрудничество и подпомагане между нивата; ▪ липса на информация; ▪ мултиплициране на грешки и др.

Крайностите при управленския контрол могат да бъдат избегнати, когато той се възприема не като въздействие, а като взаимодействие с подчинените, от което се нуждаят и двете страни. Взаимодействие, изградено въз основа на знание за реалното положение на нещата (липсата на заблуди, включително и самозаблуди) от страна на ръководителя. Смисълът на съвременния контрол като управленско действие е в изясняването и подпомагането на отстра-

няването на грешките и възникналите проблеми.

Има няколко общоизвестни класификации на контрола. Една от най-популярните включва две системи за контрол - "система за външен контрол" и "система за вътрешно стимулиране". От гледна точка на авторите на тази класификация контролът може да се прилага в рамките на една от тези системи. Нека ги разгледаме кратко, отново в табличен вид за сравнение (Табл. 3а и Табл. 3б):

Табл. 3а. Система за външен контрол

<p>Системата за външен контрол се основава на тезата (предположението), че подчинените добре изпълняват задълженията си, когато са налични ясни материални стимули и цялата дейност постоянно се контролира от ръководителя. Напомня в голяма степен „тоталния контрол“. Разликата е в това, че при системата за външен контрол има съчетаване на стратегически и тактически (оперативни) елементи.</p>	
Преимущества	Недостатъци
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Подчинените са мотивирани да подобряват показателите си, защото те са обвързани със заплащането им. От тук следва повишаване на резултативността на труда. ▪ Не се дават възможности на „хитреците“ и „мързеливците“ да манипулират системата в своя полза. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Външният контрол изисква влагането на много сили и време не само от страна на мениджъра, но и на подчинените. ▪ Възможно е да се „подобри“ не самата работа, а само показателите за извършвана работа. Не във всички случаи е възможно да се създаде и използва система за контролирани индикатори, която да предостави максимално обективна картина за напредъка към поставената цел. ▪ Служителите могат да се откажат да

	<p>вършат другата работа, която не свързана пряко с получаване на възнаграждение.</p> <ul style="list-style-type: none"> Възниква опасност да се блокира или скрие информация (особено такава, която влияе или намалява показателите).
--	---

Табл. 36. Система за вътрешно стимулиране

Системата за вътрешно стимулиране се изгражда на принципа, че всеки служител, може и трябва да вижда в работата си не само източник на прехрана, но също и начина за признание, средство за самоутвърждаване и изграждане на авторитет. Тоест, системата се отличава с акцент върху положителните емоции. Така може да се нарече „система на мотивиращия контрол”¹. Нейната насока не е към формалното щатно разписание, а към най-важните проблеми и перспективи за развитие на организацията. С други думи, системата за вътрешно стимулиране съответства на стила на управление, който Левин нарича демократичен (колективен).

Преимущества	Недостатъци
<ul style="list-style-type: none"> Подобрява се мотивацията за труд на служителите; Повишава се интереса към постигане на целите на организацията, фирмата или отдела; служителите се насочват към една обща стратегическа цел; Нивото на възнаграждение е свързано с качеството на работата и не зависи от отделни количествени показатели, въпреки че те се вземат под внимание; Увеличава се удовлетвореността от положения труд; При оценяване на напредъка към целите, мениджърът заедно с изпълнителите търси същността на възникналите при изпълнението на задачите проблеми и възможните решения. Ръководителят не акцентира върху „санкции” и „присъди”; Изчезва потребността от манипулация и укриване на негативна информация; Улеснява се вземането на управленски решения, тъй като има достатъчно и достоверна информация; Повишава се степента на лоялност на служителите към компанията; Намалява се текучеството на кадрите; По-лесно се идентифицират и запазват талантливите служители; По-лесно и ефективно се създават успешни екипи и др. 	<ul style="list-style-type: none"> Намалява непосредствения (оперативния) контрол на мениджъра; Появява се опасност от замяна на основните стратегически цели на компанията с по-маловажни, текущи такива; Затрудняване на справедливото разпределение на възнагражденията (особено бонусите) сред персонала; Забавяне изпълнението на проекти, по които работят само „служители-таланти”, заради спецификата на техния труд; Възможност за пренебрегване на „редовите” служители за сметка на „талантите” и възникване на конфликт на тази база; Мениджърът да се „фиксира” само върху разрешаване на проблеми и подпомагане и да „изостане” с текущите си задължения; Мениджърът да „обръща внимание” само на служителите, нуждаещи се от помощ, а останалите да бъдат оставени „да се справят сами”; Предоверяване на постъпващата информация от служителите и др.

¹ Вересов, Н. Все схвачено: психологическите аспекти и същност управленческия контрол. (http://www.elitarium.ru/2005/07/22/vse_skhvacheno_psikhologicheskie_aspekty_i_sushhnost_upravlencheskogo_kontrolja.htm)

Пред мениджъра (особено младия) често възниква въпроса: коя от двете системи е за предпочитане? Най-адекватният отговор според нас би бил, че мениджърът трябва да е в състояние да прилага и двете системи и да ги използва в зависимост от конкретната ситуация, конкретната фирма и конкретните служители, с които работи – да взема под внимание ситуативните особености. Знанието за особеностите, преимуществата и недостатъците на двете системи дава възможност на съвременния ръководител да предвиди възможните негативни последствия от прилагането им и да ги смекчи, или изобщо да се откаже от използването на конкретната система. Трябва да се подчертае и това, че двете системи в никакъв случай не бива да се смесват.

Както знаем, в практика има богат арсенал от средства, методи и техники

за управленски контрол. Изработвайки своя управленски стил на контрол мениджърът трябва да помни, че контролира хора, които както и той самият имат право на грешки (най-често без „зла умисъл“). Управленският контрол е ефективен и е инструмент за въздействие само в случай че е честен (открит) и не унижава нито ръководителя, нито подчинения.

В голяма част от литературата, посветена на управленския контрол се разглеждат изчерпателно видовете управленски контрол. Ние ще се спрем по-подробно на грешките, които често възникват при упражняването му от страна на съвременния ръководител. Някои от тях са по-скоро част от управленски принципи от близкото и по-далечно минало, други – все още се срещат и до днес.

Табл. 4. Грешките¹ на управленския контрол

Грешка	Проява	Възможности за коригиране
Контрол „по повод“	„МС“ се осъществява инцидентно, „по повод“ на проблемна ситуация или изпълнение на поставени задачи. Някои ръководители „събират“, така нареченото негативно „досие“ на своите служители, в което отбелязват нарушения, пропуски и т.н. на служителя, като това може да продължава с години.	„МС“ е насочен не към идентифициране, а към превенция на негатива. Осъществява се постоянно, планово, с предварително изяснени (доведени до знанието на служителите) критерии и индикатори. Възможно е дори планиране и предварително съгласуване със служителите на датата и формата на „МС“.
Татален контрол	Мениджърът контролира абсолютно всичко (включително и възможните проблемни ситуации, закъснения и т.н.), с което освобождава служителите от отговорност. Това от своя страна води до небрежност в работата, зависимост и неефективност.	„МС“ е съчетан с делегиране на правомощия и доверие към служителите и екипите, които работят заедно. При делегирането се поставя акцент върху отговорността за извършената работа и ефективността от нея.

¹ За идентификацията на грешките и част от описанията на проявите им са използвани текстови материали от източници: Вересов, Н. Все схвачено: психологические аспекты и сущность управленческого контроля. (http://www.elitarium.ru/2005/07/22/vse_skhvacheno_psikhologicheskie_aspekty_i_sushhnost_upravlencheskogo_kontrolja.html); Глухов, В. Семь правил управленческого контроля - 17 августа 2010 (http://www.elitarium.ru/2010/08/17/upravlencheskij_kontrol.html)

<p style="text-align: center;">Скрит контрол</p>	<p>Етично некоректен и унизителен не само за персонала, но и за ръководителя, за съжаление все още се среща в практиката. Неговите форми могат да бъдат в диапазона от проверка на документите (на бюрото) на служителя в негово отсъствие до използването на услугите на „доносници“ („информатори“). Към този вид „контрол“ отнасяме и постоянно насажданото чувство за вина у служителите, атмосфера на прикритост и подозрителност. Най-опасното последствие от този вид контрол е, че той влияе негативно на морално-психологическия климат в организацията.</p>	<p>„МС“ от този вид е недопустим. Единствената възможност за коригиране според нас е прекратяването му и създаване на атмосфера на доверие и взаимопомощ, съчетана с положителен емоционален фон в колектива.</p>
<p style="text-align: center;">Контрол на „любимия отдел“</p>	<p>Често мениджър, преминал на по-високо ниво започва интензивно да контролира отдела, в който е бил по-рано, стигайки до „зацикляне“ на контрола само до това. Психологически обяснението е просто: преминавайки на друго ниво служителят отстъпва длъжностна позиция и работа, която му е толкова позната, че съзнателно и подсъзнателно е уверен, че никой не може да я върши по-добре от него. В този смисъл възникват няколко чисто управленски „опасности“: фокусира се контролната дейност само върху част от работата и се изпускат други важни компоненти на контрола; служителите, които бързо изясняват какво се проверява, а какво – не могат да започнат да „правят грешки“ на определено място, за да отклонят вниманието от по-голям проблем, например.</p>	<p>Висшето ръководство много внимателно трябва да прецени готовността и възможността на служителя за кариерно израстване. В случай на идентифицирано фиксиране върху подобен вид контрол е необходимо да се помогне на мениджъра да го преодолее, или като крайна мярка – да се отстрани и върне на предишната позиция, на която се чувства комфортно.</p>

Контрол - проформа	<p>Най-честата реплика, характеризираща този вид контрол, изричана от мениджъра е "Ние с екипа се разбираме прекрасно, атмосферата е добра, хората са приятни и аз не мога да ги обиждам като непрекъснато ги контролирам". Заради необходимостта да изпълни служебните си задължения мениджърът все пак упражнява някакъв вид контрол, но той е повърхностен, селективен, с тайната надежда, че няма да се открие нищо нередно. В случай на попадане на грешка или проблем, ръководителят е склонен по-скоро сам да я поправи, отколкото да разваля добрите взаимоотношения</p>	<p>Използването на подобен вид контрол най-често е в резултат на две причини: или мениджърът не е наясно със същността и значимостта на управленския контрол, или е неуверен в себе си (най-често в този „капан“ попадат мениджърите в началото на кариерата си). И в двата случая висшето ръководство трябва да идентифицира проблема, да помогне на мениджъра да си изясни функциите и особено управленската част, включваща и контролната дейност. Освен това, е необходимо да подпомогне изграждането на адекватна управленска самооценка чрез обучения, коучинг или други инструменти в арсенала на специалистите по човешки ресурси. Още повече, че общоприето правило е, че ръководител, който не контролира подчинените си, не се интересува и от техните постижения”.</p>
Контрол от недоверие	<p>Често осъществяването на контролната функция се смята за успешно само когато нещо е „идентифицирано“, разкрито“, „намерено“. Това „нещо“ е грешка, пропуск и т.н., които служителите неминуемо са направили, а мениджъра трябва да „открие“. Дори „безгрешната“ работа в този случай е сигнал за „проблем“ – този път за „заплаха“ на длъжностната позиция на мениджъра. А реакциите му са именно от позицията на „заплашен“.</p>	<p>Контролът от позицията на недоверие в никакъв случай не може да предизвика доверие у подчинените, а това вреди не само на взаимоотношенията в колектива, но и на ефективността на работата. Подозрителността най-често е симптом на неувереността на мениджъра в себе си, своите познания, позиция, възможности и т.н. Обръщането на внимание на личностното развитие, надграждането на професионални умения и компетенции може да помогне за избягването на подобен тип „МС“.</p>
Контрол без обратна връзка	<p>Резултатите от контрола „не достигат“ до контролирания. Някои ръководители използват резултатите от контролната дейност като „скрита карта“ (най-често за отказ) при искания за повишаване на заплатата например от страна на служителя.</p>	<p>Обратната връзка е жизнено важна за всяка управленска практика. В качествено използване на резултатите от обратната връзка са заинтересовани както ръководителя, така и подчинените. В случай, че мениджъра няма умения за даване и получаване на обратна връзка, той непременно трябва да ги придобие чрез обучение, наставничество и т.н.</p>
Повърхностен контрол	<p>Не бива да се бърка с „външния контрол“. Повърхностният контрол включва например контролирането на наличието на служителя на работното му място вместо контролирането на резултатите от работата чу. Без съмнение, спазването на работното време също е важен фактор за ефективността на работата, но ако целия контрол се свежда до дребнаво фиксиране на външни действия (час на пристигане на работа и т.н.) то ползата от него няма да бъде особено голяма.</p>	<p>Необходимо е да се намери баланса между формалните изисквания (напр. спазване на работното време, работно облекло и т.н.) и чисто професионалните изисквания към качеството на работа, ефективността от положения труд, постигнатите резултати и т.н.</p>

Нестандартен контрол	Този вид контрол може да включва например установяването на изпитателен срок за новия служител. Или контролирането на определени аспекти от работата.	Нестандартния контрол е по-труден за мениджъра, но далеч по-ефективен като постигнати резултати. Практиката показва, че наличието на гъвкав управленски контрол, съчетан с доверие и уважение към контролирания дава много по-високи резултата, отколкото всяка форма на класически контрол.
----------------------	---	--

Обобщавайки грешките в управленския контрол, нека още веднъж подчертаем един важен извод: опитният ръководител никога на обвързва контролът на резултативността и крайния срок. Колкото е по-голямо разстоянието от началото на поставената задача до края на нейното изпълнение, толкова са по-важни промеждутъчните етапи и съответния контрол.

Управленският контрол е основен елемент на процеса на управление. Нито планирането, нито създаването на организационни структури, нито мотивацията в управленската дейност не могат да се

разглеждат извън (отделно) от системата за управленски контрол. Всички те са неразделна част от общата система за контрол в организацията.

Съвременният мениджър трябва умело да използва всички средства, методи и техники за управленски контрол. Да избира най-подходящите за съответната организация, ситуация и човешки ресурс контрол, на основата на доверителни отношения, делегиране на права и отговорности и адекватно взаимодействие по веригата „контролиращ - контролиран“.

ЛИТЕРАТУРА

1. Anthony R., Dearden J. & Govmdarajan V. (1992). Anthony R.N., Dearden J., Govmdarajan V., Management Control Systems, 7th ed. (Homewood: Irwin, 111., 1992)
2. Anthony, R. Planning and Control Systems: A Framework for Analysis. Robert (Boston, 1965)
3. http://inform.od.ua/articles/examen/upr_control_as_system.htm
4. Аудит Монтгомери /Ф. Л. Дефлиз, Г. Р. Дженик, В. М. О`Рейми, М. Б. Хирш. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997.
5. Вересов, Н. Все схвачено: психологические аспекты и сущность управленческого контроля, 22 июля 2005 (http://www.elitarium.ru/2005/07/22/vse_skhvacheno_psikhologicheskie_aspekty_i_sushhnost_upravlencheskogo_kontrolja.html)
6. Глухов, В. Семь правил управленческого контроля - 17 августа 2010 (http://www.elitarium.ru/2010/08/17/upravlencheskij_kontrol.html)
7. Зигерт В., Л. Ланг. Руководить без конфликтов: пер. с нем. 1990. 336 с.
8. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента.- М.: Дело, 1993.
9. Райан Б. Стратегический учет для руководителя.- М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998.
10. Смирнов Э.А. Стандартизация и аудит системы управления организацией //Менеджмент в России и за рубежом. - 1998. - №5.
11. Суйц В.П. Первичный контроль и управление производством //Бухгалтерский учет. - 1996. - №1.

НОВИ КНИГИ

NEW BOOKS

Росица Чобанова

Иновативност на националната икономика. Акад. изд. „Проф. Марин Дринов“, С., 2012, 434 с.

Монографичното изследване на проф. Р. Чобанова, доктор на икономическите науки е посветено на „проблемът за обновяване на националната икономика в условията на съвременното ускорено създаване и използване на нови знания и глобализация на иновативните процеси“ (с. 19). Монографията е разработена в два аспекта. В теоретико-методологичен план е представена концепция за повишаване на иновативността на националната икономика, разработена в рамките на еволюционната и институционалната икономическа теория, както и методология за нейното практическо приложение. С оглед прилагането на концепцията е разработен и апробиран инструментариум за наблюдение на 371 фирми. В практикоприложен аспект са идентифицирани, класифицирани и характеризирани фактори, които определят търсенето и предлагането на нови знания в българската икономика с прилагане разработената концепция и инструментариум. Определени са два основни сценария за повишаване иновативността на националната икономика – оптимистичен и песимистичен.⁹

Обосновани са приоритети за обществено въздействие върху развитието на динамична национална икономика на знанието. Посочени са и основните противоречия за обновяване на националната икономика – между сравнително добре развита институционална структура за усвояване и използване на нови знания и ограничените ресурси и недостатъчно адекватна политика за ефективното им използване.

Съдържанието на проблематиката е представено в шест глави, а именно: генезис и характеристика на концепция за иновативност на икономиката; инструментариум за прилагане на концепцията за иновативност на националната икономика; иновативност на българската икономика и фактори, които я определят; фактори, определящи търсенето на нови знания; иновативност на фирмите; приоритети за обществено въздействие върху иновативността на българската икономика. В структурата на книгата са включени още приложения, богата литература, използвани съкращения и резюме на английски език.

Монографията е актуално и много полезно оригинално изследване в областта на иновационната стратегия и политика. Предназначена е за експерти, работещи за държавното управление, за бизнеса у нас и в чужбина, за нетърговските организации, функциониращи и като центрове за трансфер на технологии; за определяне тематика за научни изследвания, а също и за формиране на нови учебни програми и дисциплини във ВУЗ.

Пътна карта за европейски изследвания по стареене на населението. Приоритети и предизвикателства за България. АИ „Проф. Марин Дринов“, С., 2012, 278 с.

Изданието е заключителен документ на проекта FUTURAGE (Пътна карта за изследванията по стареенето в Европа) изпълняван по Седма рамкова програма на Европейската комисия, на Европейския съюз от консорциум на 24 страни, предимно европейски. България е представена с участието на БАН – Център за изследване на населението, сега Институт за изследване на населението и човека, единствено научно звено в страната по проблемите на демографското развитие. Самото му наименование показва, че се отнася за изследване на бъдещи проблеми на демографското стареене, а не само до описанието му като процес. Стареенето на населението е основно предизвикателство на 21 век по отношение по възрастово реструктуриране на населението, работната сила и потребителите и съответно на производството, икономическото натоварване на населението и разпределението на социалните фондове. Проектът включва приоритетите на изследванията в здравеопазването, образоването, културата и начина на живот на хората през следващите 15 години. Съдържанието е представено в три части:

- Бъдещето на европейското изследване по стареенето на населението: пътна карта (първа част).
- Разработване на пътната карта и участие на българските изследователи (втора част).
- Българските изследователи за стареенето и политиките за възрастните хора (трета част).

Представени са резултати от изследвания на български учени и коментари върху приоритетните теми по стареене на населението у нас.

Списание “Икономика и управление” е издание на Стопанския факултет при ЮЗУ “Неофит Рилски” – Благоевград. То е с периодичност 4 броя годишно. Неговото разпространение се извършва чрез абонамент на адреса на редакцията. Цената на 1 брой е 6 лв.

ИЗИСКВАНИЯ КЪМ АВТОРИТЕ

1. Публикациите да бъдат в обем до 10 страници, включително резюме, илюстративен материал, таблици, фигури и използвана литература.
2. Да се приложат, в превод на английски език заглавието, името/имената на авторите, абстракта и ключовите думи.
3. Фигурите, графиките и таблиците да се представят и като отделни файлове.
4. Списъкът на литературата да съдържа само цитираните в текста източници. В текста да се посочват в скоби името на автора и годината на издаване на цитирания труд, които в литературата да се подреждат по азбучен ред.
5. Да се следва следната примерна структура на статиите: автор (на български и английски език); точно наименование на организацията, в която работи, адрес и телефон; заглавие на български и английски език; абстракт и ключови думи на български и английски език; увод; материал и методи, използвани при разработката; резултати и обсъждане; изводи; литература.
6. Публикациите да се представят хартиен и електронен носител, във формат А 4, шрифт Times New Roman, размер 12 pt, разстояние между редовете 1,5. Да не се прави сричкопренасяне.
7. Качеството на предоставените за публикуване материали е отговорност на авторите.
8. Получените ръкописи не се връщат на авторите.
9. Списание то се издава с финансовата подкрепа на авторите, поради което за публикуването на всяка статия се заплаща сумата от 40 лв.
10. За представяне на актуални публикации и за публикуване на рецензии и отзиви за научни трудове се заплащат 40 лв.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
научно списание

Изд. Стопански факултет
При ЮЗУ “Неофит Рилски” - Благоевград

Тираж: 150 бр.
Предпечатна подготовка: Лъчезар Гогов

ISSN: 1312-594X

Печат: Документен център “Авангард” - София