



ВТУ “Св. св. Кирил и Методий”  
Стопански факултет



Българска академия на науките  
Институт за икономически изследвания

**СБОРНИК**  
**С ДОКЛАДИ ОТ**  
**ДОКТОРАНТСКО-СТУДЕНТСКА**  
**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА**  
**КОНФЕРЕНЦИЯ НА ТЕМА:**  
**„РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКАТА**  
**ИКОНОМИКА – ПРЕДИЗВИКА-**  
**ТЕЛСТВА И ВЪЗМОЖНОСТИ”**

21 април 2016 година

Велико Търново



## СЪДЪРЖАНИЕ

Имена на докладчика, организация, наименование на доклада	стр.
<b>Едуард Маринов</b> Доктор, Институт за икономически изследвания при БАН <i>Защо България загуби пазарите си в Африка – отговорът на българския бизнес</i>	6
<b>Божидар Бабаджанов</b> Докторант, СА „Д. А. Ценов“ Свищов <i>Стратегическото мислене – фактор за успех на организацията</i>	14
<b>Йорданка Христова</b> Докторант, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Демографската ситуация и нейното отражение върху пенсионната система в България</i>	21
<b>Мирослав Костадинов</b> Магистър, СА „Д. А. Ценов“ Свищов <i>Развитие на екотуризма в Северна България</i>	33
<b>Янка Павлова</b> Магистър, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Овластяване на потребители на център за настаняване от семеен тип за лица с умствена изостаналост</i>	39
<b>Анелия Петкова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Потенциал за развитие на гурме туризма в България</i>	47
<b>Виктория Пенева, Еванета Ефтимова</b> Студенти, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Ролята на България в международните инвестиционни проекти</i>	54
<b>Виктория Петрова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Особенности на валутните нарушения</i>	65
<b>Дарина Йорданова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Предизвикателства, ползи и проблеми при развитието на селски туризъм в България</i>	73



<b>Екатерина Николова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Развитието на селският туризъм, повлияно от българските традиции бит и култура, и нестинарството като специфичен обичай</i>	<b>78</b>
<b>Екатерина Сомова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Ролята на екскурзовода за изживяването на туриста по време на туристическо пътуване</i>	<b>84</b>
<b>Елена Александрова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Популяризиране на туристическите информационни центрове</i>	<b>92</b>
<b>Калоян Донев</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Проблеми в развитието на селския туризъм в Родопска област</i>	<b>99</b>
<b>Майя Велева</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Историческо развитие и перспективи на управленското счетоводство в България</i>	<b>105</b>
<b>Маринела Балевска</b> <b>Деница Симеонова</b> Студенти, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Политика на мултикултурно ниво</i>	<b>114</b>
<b>Мария Стефанова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Фирмите за бързи кредити – основен конкурент на банката или не съвсем</i>	<b>123</b>
<b>Милена Игнатова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Призванието да бъдеш екскурзовод</i>	<b>130</b>
<b>Мирем Хасанова</b> <b>Сибел Мехмедова</b> Студенти, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Нови начини за подбор на персонал</i>	<b>137</b>



<b>Мирослава Капинчева</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Имуществени данъци на общините от великотърновска област</i>	<b>147</b>
<b>Нели Димитрова</b> <b>Йордан Лазаров</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Перспективи за развитие на "аутсорсинга" в България</i>	<b>153</b>
<b>Николета Пенева</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Популяризиране на езотеричния туризъм като инструмент за устойчиво развитие</i>	<b>159</b>
<b>Нора Стоянова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Анализ на брутните експозиции с нарушено обслужване за периода 2011 г. – 2015 г.</i>	<b>168</b>
<b>Павлета Колева</b> <b>Михаела Димитрова</b> Студенти, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Развитие на европазарите и участие на Република България като емитент на облигации</i>	<b>175</b>
<b>Петя Недева</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Проблеми на финансовата децентрализация в България</i>	<b>183</b>
<b>Пламена Турсунска</b> <b>Иваничка Димитрова</b> Студенти, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Положителни и отрицателни аспекти на иновационната политика в банковия сектор</i>	<b>190</b>
<b>Светлана Страхилова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Туристически ресурси в североизточна България</i>	<b>197</b>
<b>Симона Стефанова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Възможности за финансиране и развитие на селския туризъм в България</i>	<b>206</b>



<b>Синтия Христова</b> <b>Полина Глинджурска</b> Студенти, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Управлението като емоция</i>	<b>217</b>
<b>Християн Костадинов</b> <b>Цветан Митев</b> Студенти, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Сформиране на клъстери – опасности при картелни споразумения</i>	<b>224</b>
<b>Християна Брайнова</b> Студент, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Застрояването на девствените плажове – възможност или пречка за развитието на туризма в България</i>	<b>228</b>
<b>Цветомира Облашкова</b> <b>Боян Кирилов</b> Студенти, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ <i>Зеленият бизнес</i>	<b>235</b>

**Авторите носят пълна отговорност за авторството си и за оригиналността на произведението, както и за грешки, допуснати по тяхна вина.**

**© Колектив, Участници в докторантско-студентска научно-практическа конференция на тема: "Развитие на българската икономика - предизвикателства и възможности"**

**© Издателство „Ай анд Би“, 2016**

**ISBN: 978-619-7281-07-1**





## ЗАЩО БЪЛГАРИЯ ЗАГУБИ ПАЗАРИТЕ СИ В АФРИКА – ОТГОВОРЪТ НА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС

### WHY BULGARIA LOST ITS MARKETS IN AFRICA – THE ANSWER OF BULGARIAN BUSINESS

**Едуард Маринов**

Институт за икономически изследвания при БАН

e-mail: eddie.marinov@gmail.com

#### **Abstract**

*In recent years, Africa largely relegated from the priority areas of Bulgarian foreign policy. However, the importance of the region to Bulgaria is determined by its increasing role in both global economy and policy, as well as its immense economic potential and natural resources. Based on a representative survey of 1000 Bulgarian companies, the paper examines the opinion of Bulgarian enterprises on the reasons why Bulgaria has lost its influence and traditional trade partners in the region. It then presents some general characteristics of the respondents, analyzing the structure and attitudes of Bulgarian companies engaged or expressing interest in trade with Africa.*

**Keywords:** Bulgarian international trade, Africa, Enterprise attitudes.

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Може да се очаква, че стагнацията в ЕС ще продължава и вътрешното търсене в България ще е слабо, което ще задържа растежа в българската икономика. Затова растежът ще се определя от възможностите за износ, особено извън ЕС, а в този смисъл всякакви политики за насърчаване на износа са от фундаментално значение за растежа и стабилността на икономиката в средносрочна перспектива. В този контекст, скорошно изследване показва, че „голяма част от българските компании, извършващи чуждестранни сделки имат възможност за разширение на своя износ, без да увеличават производствените си мощности.“ [2, с. 24].

През последните десетилетия Африка до голяма степен изпада от приоритетните области на българската външна политика, което води до загубване на положителния опит от миналото в двустранните отношения с държавите в тези части на света. Външноикономическите отношения на България с Африка бележат значителен спад през годините на прехода. Към 2013 г. дялът на търговията с всички африкански страни е под 2,5% от общите търговски потоци на страната, докато за 1984 този дял е 4,3%, като износът превишава вноса почти двойно, достигайки близо 6% от общия износ на България за 1984г.

Общата стойност на търговските потоци на България със страните от Африка за 2013 г. възлиза на малко над 1.2 млрд. евро, което е едва 2.5% от общите търговски потоци и малко над 6.2% от търговията ни с държави извън ЕС (виж [1, глава 5] за подробен анализ на външнотърговските отношения на България с Африка). Износът надвишава вноса



почти 4 пъти (съответно 979 и 235 млн. евро), като по двата показателя африканските страни заемат съответно 11 и 2% от извънобщностната търговия на България и едва 4.4 и 0.9% от общите стойности на износа и вноса. За периода 2003-2013 г. обемът на търговията се увеличава над 8.5 пъти, като и тук износет расте по-бързо от вноса (съответно 9.1 и 7.3 пъти). Единственият спад през изследвания период е през 2009 г. (с над 35% спрямо 2008 г. при вноса и с над 5% при износа), като той е компенсиран още в рамките на следващата година при износа, а при вноса – през 2011 г. Търговското салдо е положително през целия период, достигайки 744 млн. евро през 2013 г.

В момента взаимните контакти между България и държавите в Африка (особено онези на юг от Сахара) в икономическата сфера се конкретизират предимно в проучване на пазарните възможности, обмен на икономическа информация, делови и бизнес-посещения на представители на български и африкански фирми, провеждане на двустранни бизнес-форуми и т.н. Тези изолирани инициативи обаче не са достатъчни за реализиране на огромния потенциал за развитие на търговските и икономическите отношения между България и тези държави, особено от гледна точка на възможностите за българския бизнес.

### **ВЪНШНОТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ФИРМИ**

В рамките на проект „Повишаване качеството на образованието и на научните изследвания в областта на бизнес-инженерството за изграждане на икономика, основана на знанието (иновациите) и финансите” през 2015 г. беше проведено национално представително проучване на българския бизнес, в което вземат участие 1000 фирми [3].

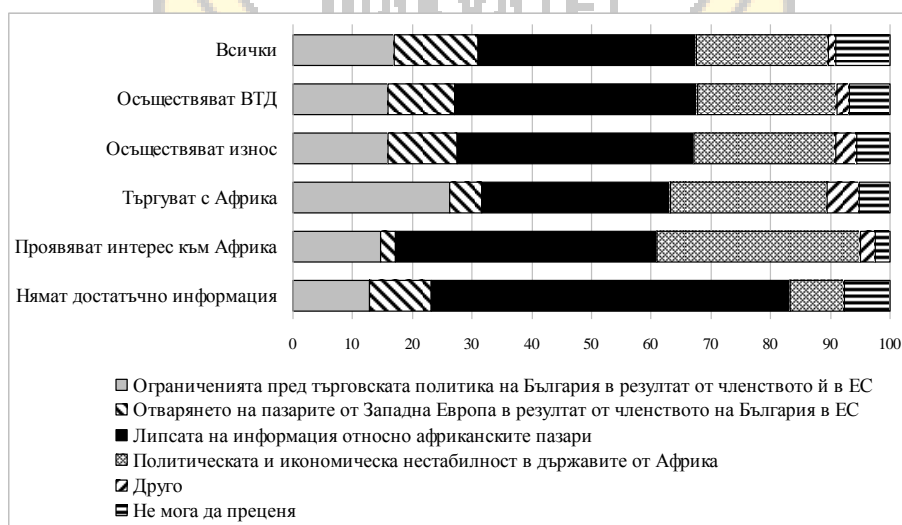
Едва 51.6% от българските фирми осъществяват някаква форма на външнотърговска дейност. Този извод е направен въз основа на засичането на отговорите на два въпроса – „Използвате ли вносни стоки и/или услуги за осъществяване на основната си дейност...?” и „Изнасяте ли български стоки и/или услуги в чужбина (вкл. и в други страни от ЕС)?“. За съжаление обаче, фирмите използващи вносни стоки и услуги значително надвишават тези, изнасящи продукти в чужбина – 48% от респондентите отговарят по един или друг начин положително на първия въпрос, докато делът на положителните отговори на втория въпрос е едва 16.4%. Разликата идва най-вече от търговията само със стоки, при която фирмите, използващи вносни стоки са с 29 пр. п. повече от тези, осъществяващи износ, докато при другите отговори отклоненията са незначителни (в рамките на 2 пр. п.).

### **ЗАЩО БЪЛГАРИЯ ЗАГУБИ ТРАДИЦИОННИТЕ СИ ПАЗАРИ В АФРИКА?**



На респондентите е зададен въпроса „Коя, според Вас, е основната причина България да загуби традиционните си пазари в Африка?”. На фигура 1 са представени отговорите им, като всеки е имал възможност да посочи до 3 отговора.

Отговорите са групирани по групи респонденти – всички фирми; осъществяващи външнотърговска дейност; изнасящи в чужбина; реално търгуващи с партньори от Африка; проявяващи интерес към региона; фирми, които биха проявили интерес при наличието на повече информация.



Фиг. 1. Причини за загуба на пазарите в Африка

При всички групи липсата на информация относно африканските пазари е водещата причина за загуба на традиционните пазари на България в Африка с около 40%, като (очаквано) делът е малко по-нисък (30%) при търгуващите с региона, за които се предполага, че имат повече информация, и е значително по-висок (60%) при онези, които биха проявили интерес, но нямат достатъчно информация.

Друг често срещан при всички групи респонденти отговор е политическата и икономическата нестабилност в държавите в Африка. Най-голям е делът на отговорилите по този начин сред фирмите, проявяващи интерес към Африка (34%), като единствената група, при която този отговор е посочен от по-малко от 20% от респондентите, са онези, които нямат достатъчно информация (9%).

По-нисък е делът на отговорите, свързани с последиците от членството на България в ЕС (ограниченията пред търговската политика на страната, наложени от членството и отварянето на европейските пазари), като при всички групи респонденти, взети заедно, тези отговори заемат около 30%, с изключение на проявяващите интерес към Африка (17%).



Следва да се отбележи обаче, че ако при другите групи респонденти двата отговора са разпределени относително по равно (с лек превес на първия), при реално търгуващите с региона и проявяващите интерес фирми съотношението на отговорите е 5 към 1, т.е. тези фирми смятат, че ограниченията, наложени от членството в ЕС играят сериозна роля за отслабеното присъствие на България в Африка.

Сред посочените в свободен текст други причини са неправилна външна политика (0.7% от всички респонденти), икономическа нестабилност на държавата, липса на икономически интереси, дългосрочни програми с други държави, не съществува пазар с Африка.

### **ХАРАКТЕРИСТИКИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ФИРМИ, ОСЪЩЕСТВЯВАЩИ И ПРОЯВЯВАЩИ ИНТЕРЕС КЪМ ТЪРГОВИЯ С ДЪРЖАВИТЕ ОТ АФРИКА**

На въпроса „Сключвали ли сте сделки с партньор от Африка в периода 2003-2014 г.“ едва 1.9% от българските фирми отговарят положително, като половината от тях имат постоянни търговски партньори в региона, а останалите са сключвали до 5 сделки за разглеждания период.

На въпроса „Проявявате ли интерес към пазари и/ или търговски партньори в Африка?“ положително отговарят 4.1% от респондентите, а други 11.9% отговарят, че биха проявили интерес, но нямат достатъчно информация.

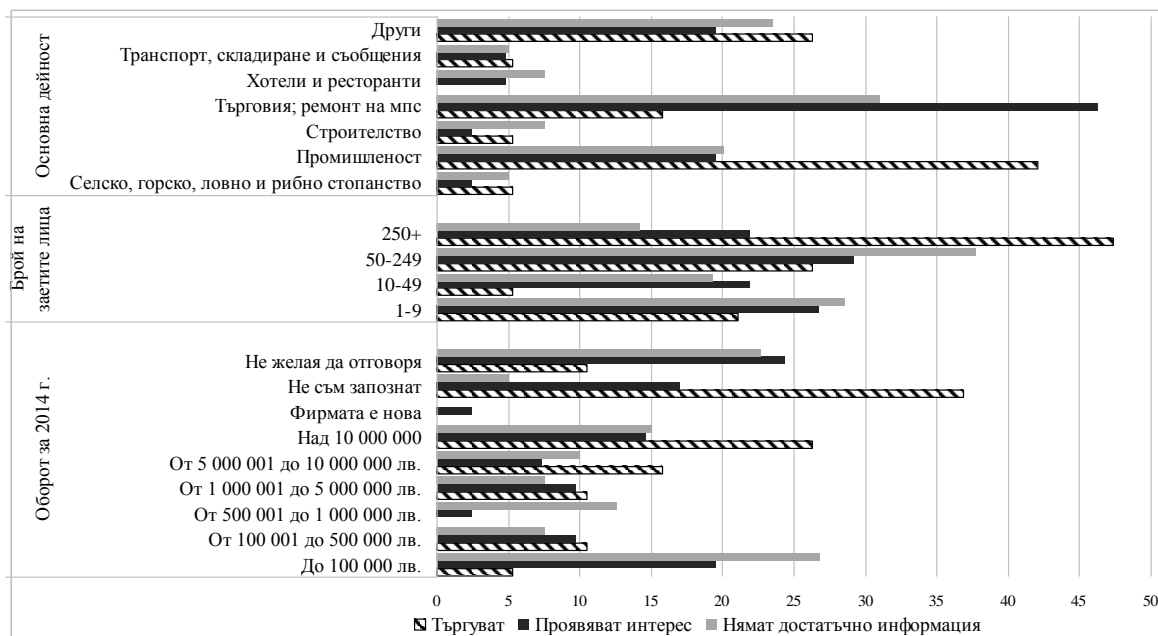
От отговорите на тези въпроси става ясно, че въпреки че към момента реалните търговски отношения на българския бизнес с държавите от Африка са много ограничени, значително повече фирми проявяват интерес към региона. Интересен тук е фактът, че и фирмите, които не осъществяват външнотърговска дейност, проявяват интерес към търговия с Африка – 2% от тях заявяват твърдо интерес, а още 8% биха проявили интерес, но не разполагат с достатъчно информация.

На фигура 2 са представени общите характеристики на фирмите, осъществяващи и проявяващи интерес към търговия с държавите от Африка. От гледна точка на основната дейност, сред търгуващите с региона преобладават фирмите, заети в промишлеността (42%), следвани от „други“ (26%), „търговия“ (16%), „транспорт, складиране и съобщения“, „строителство“ и „селско, горско, ловно и рибно стопанство“ (по 5%). По отношение на размера доминират едрите (47%), следвани от средните (26%), микро- (21%) и малките предприятия (5%). Според оборота, най-много са онези фирми, при които респондентите не знаят или не желаят да споделят информация (48%), следвани от тези с оборот, надви-



шаващ 10 млн. лв. (26%), фирмите с оборот от 5 до 10 млн. и от 1 до 5 млн. лв. (съответно 16% и 11%) а онези с оборот под 1 млн. са общо 16%.

Фиг. 2. Структура на фирмите, осъществяващи и проявяващи интерес към търговия с дър-



### жавите от Африка

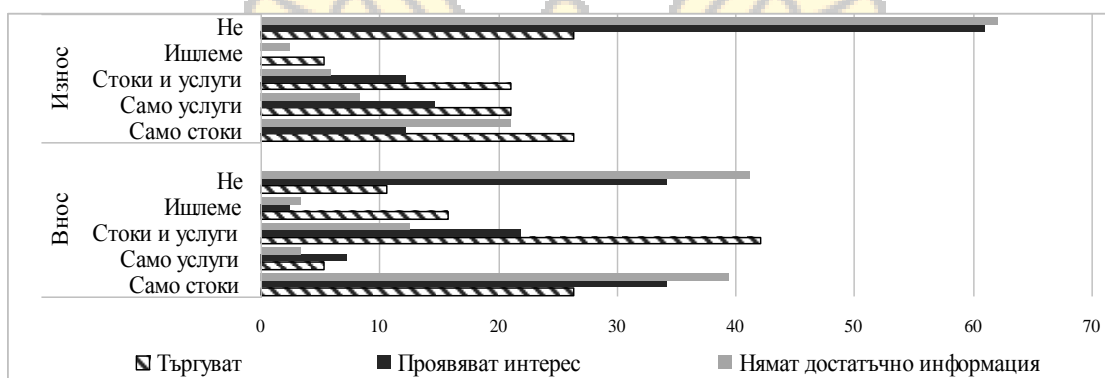
Значителни различия се наблюдават по отношение на структурата на респондентите, проявяващи интерес към търговия с държавите от Африка. Тук преобладават фирми, занимаващи се с търговия (46%), промишленост (20%) и „друга дейност“ (20%). Разлики има и по отношение на размера на фирмите, като тук четирите категории респонденти са разпределени относително по равно. От гледна точка на оборота за 2014 г. структурата на респондентите, проявяващи интерес, е относително близка до тази на търгуващите, като единствената по-сериозна разлика е значително по-големия дял на фирмите с оборот до 100 хил. лв. (20%) за сметка на онези с оборот над 10 млн. лв. (14%).

Фирмите, които биха проявили интерес, но нямат достатъчно информация са относително най-диверсифицирани по отношение на дейността си, като най-много са тези, занимаващи се с търговия (31%), промишленост (20%) и „друга дейност“ (24%). Тук преобладават средните (38%), следвани от микро- (29%) и малките предприятия (19%), а с най-малък дял са едрите (14%). От гледна точка на оборота, най-много са фирмите с малък оборот (общо 47% до 1 млн. лв., от които близо 2/3 – до 100 хил. лв.), отново за сметка най-вече на онези с оборот над 10 млн. лв. (15%).



От проучването на характеристиките на респондентите се вижда, че са налице съществени разлики между фирмите, които осъществяват търговия с държавите, и онези, които са заинтересовани от такава. Най-сериозни разлики се наблюдават по отношение на размера на фирмите – при реално търгуващите преобладават едрите фирми с висок оборот, докато при заинтересованите по-дребните фирми заемат значително по-сериозен дял.

Във връзка с възможностите за насърчаване на икономическия растеж, свързани с износа на пазари извън ЕС, на фигура 3 са е представено разпределението на търгуващите и заинтересованите фирми според вида на външнотърговската им дейност. При интерпретирането на данните следва да се има предвид вече отбелязаната голяма разлика между броя на фирмите, осъществяващи износ и тези, използващи вносна продукция.



Фиг. 3. Външнотърговска дейност на фирмите, търгуващи и проявяващи интерес към Африка

При отговора на въпроса „Използвате ли вносни стоки и/или услуги за осъществяване на основната си дейност...?“, сред търгуващите с Африка преобладават такива, които използват стоки – „стоки и услуги“ (42%), „стоки“ (26%). Това са и двете групи, които проявяват най-голям заявен интерес към пазари и партньори от региона (съответно 34% и 22%). При фирмите, които биха проявили интерес, но нямат достатъчно информация, по отношение на вноса се открояват тези, които засега не осъществяват външнотърговска дейност (41%) и използващите вносни стоки (39%). Следва да се отбележи и относително високият дял на фирмите, работещи на ишлеме, които осъществяват внос от Африка (16%).

От друга страна, при отговора на въпроса „Изнасяте ли български стоки и/или услуги в чужбина?“, търговията със стоки и услуги е относително равномерно разпределена между фирмите, търгуващи с региона, а дялът на работещите на ишлеме е значително по-нисък от този при вноса. Тук обаче се наблюдава много висок дял на фирмите, които не осъществяват външнотърговска дейност, но проявяват или биха проявили интерес при на-



личieto на повече информация към пазари и партньори от Африка (съответно 62% и 60% за двете групи).

Силният интерес към износа в Африка, особено от страна на фирмите, които не осъществяват външнотърговска дейност, отново показва огромния потенциал на региона.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От направеното емпирично проучване на нагласите на българския бизнес става ясно, че въпреки че към момента реалните търговски отношения на българския бизнес с държавите от Африка са много ограничени, значително повече фирми проявяват интерес.

Самите фирми свързват загубата на позициите на България в континента с последиците от членството на страната в ЕС, нестабилността на региона, но най-вече с липсата на достатъчно информация. Този недостатък би могъл да бъде преодолян сравнително лесно (и евтино) при провеждането на правилна политика от страна както на българската държава, така и на заинтересованите от търговия с български фирми държави от Африка.

От проучването на характеристиките на респондентите се вижда, че са налице съществени разлики между фирмите, които осъществяват търговия с държавите, и онези, които са заинтересовани от такава. Най-сериозни разлики се наблюдават по отношение на размера на фирмите – при реално търгуващите преобладават едрите фирми с висок оборот, докато при заинтересованите по-дребните фирми заемат значително по-сериозен дял.

При разглеждането на външнотърговската дейност на фирмите, търгуващи и проявяващи интерес към пазари и партньори от Африка ясно се откроява силния интерес на фирмите по отношение на възможностите за износ в региона от страна на фирми, които към момента не осъществяват никаква външнотърговска дейност.

Това, заедно с бързия темп на нарастване на външнотърговските потоци с региона, положителното салдо и възможността за разширяване на износа от страна на голяма част от фирмите, без да увеличават производствените си мощности, прави търговията с държавите от Африка както привлекателна за българските фирми, така и даваща възможност за насърчаване на растежа и стабилността на икономиката в средносрочна перспектива.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Маринов, Е. 2015. *Външнотърговски отношения между Европейския съюз и регионалните интеграционни общности в Африка*. С. 174 с. ISBN 978-619-90568-0-6..
- [2] Несторов, Н. 2015 „Изследване на външнотърговската дейност на българските фирми“, В: *Иновациите: Двигател за икономическия растеж – 2015 г.*, ВУЗФ, С., с. 20-24.
- [3] Представително проучване на българския бизнес в рамките на проект BG051PO001-3.3.06-0053/13.08.2013 „Повишаване качеството на образованието и на научните изследвания в об-



ластта на бизнес-инженерството за изграждане на икономика, основана на знанието (иновациите) и финансите" с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз.

Публикацията е осъществена в рамките на проект „Възможности и перспективи пред външно-търговските отношения на България с държавите от Субсахарска Африка”. Авторът изказва благодарност към „Програмата за подпомагане на младите учени в БАН”.





## СТРАТЕГИЧЕСКОТО МИСЛЕНЕ – ФАКТОР ЗА УСПЕХ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

### THE STRATEGIC ACT OF THINKING - A FACTOR FOR THE SUCCESS OF THE ORGANIZATION

Докторант **Божидар Бабаджанов**

СА "Д.А.Ценов" – Свищов

e-mail: [bojidar.1972@abv.bg](mailto:bojidar.1972@abv.bg)

#### **Abstract**

*The strategic act of thinking is paid attention to on this present elaboration as a basic factor for success. Creation and shaping of definite idea for development have a basic importance about the future as one should take into account the dynamics by which the conditions of the economic conjuncture change. The strategic act if thinking is directed into achieving and execution of long-term goals provided with manager's understanding, his intuition and knowledge as well. A variety of aspects is presented hereby about the points of the strategic act of thinking. The course of the thinking is due to achieving of success for the company and it creates a definite management philosophy which is a basis of the development .*

**Keywords:** a strategic act of thinking ; a strategic management ; a manner of acting.

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

В настоящата разработка се обръща внимание на стратегическото мислене, като основен фактор за успех. Създаването и оформянето на определена идея за развитие е от основна важност за бъдещето, като се има предвид динамиката, с която се променят условията на икономическата конюнктура. Стратегическото мислене е насочено към постигане и реализация на цели от дългосрочен времеви хоризонт, обезпечени с разума, знанията и интуитивността на мениджъра. Представени са виждания, относно характеристиките на стратегическото мислене. Насочеността на мисленето, в посока към постигане на успех на организацията, създава определена управленска философия, която е фундамент за развитието.

#### **ИЗЛОЖЕНИЕ**

Всяка организация се стреми към успех, който най-често е свързан с преход от едно състояние към друго, желано такова. Именно постигането на това състояние е изпълнение на стратегическата цел, отнасяща се към конкретния момент на развитие. Логично е да отбележим, че както постоянно се променя обкръжаващата среда, така и възникването на необходимост от постоянно развитие на бизнеса е важен динамичен елемент. За да се достигне стратегическата цел, обикновено се разработва и избира подходяща стратегия. В тази връзка се посочва, че „на стратегията е нужен още един



елемент, който стои в основата на дейността на стратегическо управление, а именно – стратегическото мислене.”<sup>1</sup>

Стратегическото мислене е важно за целия процес на стратегическото управление. Това е така, тъй като за бизнеса е от съществено значение способността да се откриват нови направления на мисленето, така че хората да могат да разкриват и приемат блестящите идеи и да ги свързват с процесите по създаването на ценности. Първоначалната идея трябва да бъде забелязана и поддържана. Тя трябва в подходяща форма и по подходящ начин да бъде внедрена в организацията, за да може този продукт на творчеството да донесе желаната полза.

В тази връзка, може да посочим твърдението, че „стратегическото управление има основната задача да определи целите, направленията и средствата на бъдещото развитие на организацията. То се определя като комплексна, интегрирана, ориентирана към бъдещето, система за управление, насочена не само към създаване и укрепване на конкурентни предимства, но и към оказване на влияние върху обкръжаващата среда и към активни контакти с нея, спечелване на съмишленици и клиенти, към компромиси и спогодби, осигуряващи оцеляване и печалба на организацията, нейната стабилност и просперитет в бъдеще”<sup>2</sup>,

Стратегическото мислене обикновено се свързва със съставяне на общата програма за действие и дефиниране на състоянието, към което се стреми фирмата в дългосрочен мащаб.

Стратегическото мислене и по-конкретно стратегическият мениджмънт на организацията ориентира основната дейност към изискванията на потребителите, осъществява съвременни подходящи изменения в нея като отговор на предизвикателствата на средата, позволяваща да получи конкурентни предимства. Всичко това в своята съвкупност дава възможност да оцелява в дългосрочна перспектива, реализирайки мисията и постигайки целите си. То се опира на човешкия потенциал като основа на организацията.<sup>3</sup>

Д. Димитров посочва, че „една от предпоставките за осъществяването на успешно стратегическо управление е правилното стратегическо мислене. Под това разбираме такъв начин на мислене, който отговаря на същността и специфичните черти на страте-

<sup>1</sup> Сирашки, Хр. Проектно управление –проектно мислене//Бизнес управление, кн. 3, Свищов, Изд. На ВБШ,1997, с.29.

<sup>2</sup> Сирашки, Хр. Стратегическо управление, Свищов, АИ Ценов, 2012, с.18-19.

<sup>3</sup> Харизанова, М., Мирчев, М. , Миронова, Н. Мениджмънт –ценности, комуникации, промяна, С. Изд. РА „Неда”, 2006, с. 134.



гическите процеси."<sup>4</sup> Бихме могли да допълним, че стратегическото мислене представлява непрекъснат процес, който онагледява пътя на организацията, чрез който се реализира стратегията и нейните цели.

Стратегическото мислене е насочено към търсене на стратегически ползи за организацията, към перспективите за развитие. На стратегическото мислене са присъщи някои качества и черти, както следва:<sup>5</sup>: мислене във варианти; творческо мислене; комплексно мислене; интердисциплинарно мислене; точно и интуитивно мислене; мислене във времето; концентриране върху главната точка; обобщено мислене; мислене, ориентирано към свръхрезултати; рисково мислене. Като основни моменти в стратегическото мислене, М. Андреева очертава следните<sup>6</sup>:

- ✓ без гъвкава адаптация, постоянни иновации и пълна подкрепа на персонала е невъзможна реализацията на дългосрочните цели на организацията;
- ✓ постоянните проучвания и оценки на бизнессредата, афинитета към риска, творчеството и нестандартните подходи са най-добрата гаранция за оцеляване.

Други автори, разглеждайки взаимната връзка и взаимно допълване на стратегическо и оперативно мислене, освен качествата, посочени по-горе, включват и характерни черти на стратегическото мислене като<sup>7</sup>: непредвидимо; качествено; неструктурирано; синхронно; еволюционно; иновативно; синтетично.

Според мнението и тезата, която представят С.Утън и Т.Хорн<sup>8</sup>, стратегическото мислене включва използването на пет основни, пет комбинаторни и три мисловни умения от по-висок порядък. Така например петте основни умения са: памет, въображение, цифрова грамотност, емпатия и разговорно мислене.

От друга страна, не по-малко важни са и комбинаторните умения, които са: прогнозиране на бъдещето, етично мислене, критично мислене – в какво вярвате, творческо мислене и новаторство и рефлексивно мислене.

И на трето място, трите напреднали мисловни инструмента за стратегически мениджъри са: метафори, модели и системно мислене.

Авторите застъпват тезата, че стратегическото мислене е превръщането на информацията за миналото в настоящо познание, на което могат да се основават бъдещи

<sup>4</sup> **Димитров, Д.** Стратегическо управление на фирмата, С. УИ „Стопанство”, 1993, с. 11.

<sup>5</sup> Вж. по-подробно: **Димитров, Д.** Стратегическо управление на фирмата. С., УИ “Стопанство”, 1993, с.11-32.

<sup>6</sup> Вж. по-подробно: **Андреева, М.** Еволюция на управленската наука и на управленското мислене, С. ИК „Христо Ботев”, 1997, с.175.

<sup>7</sup> **Пипер, Р. и Рихтер, К.** Мениджмънт. Управлението на прехода. С., 1993, с. 44.



промени с цел благоприятно развитие на организацията. Изхождайки от мисловните умения, които трябва да притежава мениджъра и които са част от иновативното мислене, можем да изложим разработката на въпросните автори, която описва как тези умения могат да се комбинират в **подхода 9S**, за да се формулира стратегия, която да доведе до желана и контролирана стратегическа промяна.

Подходът 9S включва девет стъпки, които в съдържателно отношение включват следното<sup>9</sup>:

**Стъпка 1** – Събиране на стратегическа разузнавателна информация – целта е да си дадем отговор на следните въпроси:

- Какво се е променило (миналото)
- Какво се променя (настоящото)
- Какво ще се промени (бъдещето)

Промяната, която следим ще трябва да я конкретизираме по отношение на определени области, а именно:

- **Технология** – тук ясно ще визирираме промяната като част от развитите технологии в областта на нанотехнологиите, виртуалната реалност, високоскоростния интернет, както и други елементи в този аспект.

- **Икономика** – трябва да си дадем отговор на това по какъв начин движението на икономическите показатели ще ни засегне. Да си зададем въпроса „Кой има покупателна сила” в случая визирираме възрастовите прослойки на обществото, както и други охарактеризиращи показатели.

- **Пазара** – разглеждаме колко голям е пазарът, колко конкуренти имаме, кои са нашите конкуренти в отделните континенти, печалбата до колко е свързана с мащаба на нашето опериране, нужен ли ни е голям капитал, колко лесно може някой да имитира нашата работа, движението на конкурентите ни, както и други елементи в тази посока целящи да дадат яснота в пазарните отношения спрямо нашата организация.

- **Политиката** – тук е важно да си зададем въпроса какви са вероятните политически решения от страна на съществуващите и бъдещи правителства, организацията ни възползва ли се от настоящата данъчна политика или не.

- **Закона** – какво ново би ни засегнало от страна на законодателството, трудовото законодателство, регулации.

---

<sup>8</sup> Утън, С., Хорн, Т. С. Стратегическо мислене, Изд. „Класика и Стил”, 2015, с. 10.

<sup>9</sup> Пак там, с. 81.



- **Етиката** – конкурентите ни рекламират ли „зелен” имидж, рекламираме ли там където е възможно, грижим ли се за здравето и благополучието на нашите хора.

- **Обществото** – тук трябва да си зададем въпроси от рода на : включваме ли служители и клиенти в решенията, които ги засягат, нашите хора или клиентите очакват ли подобряване на качеството на живот на работното място.

**Стъпка 2** – Оценяване на стратегическия капацитет – тук подчертаваме три неща:

- Силните или слабите характеристики на продуктите или услугите
- Предимствата, които имаме пред конкурентите
- Какво ще се промени (бъдещето)

Основното се състои във факта, че трябва обстойно да обмислим девет области, които най-вероятно ще трябва и да се ревизират<sup>10</sup>:

А именно – дух, нрави, пазарна репутация, пари, управление, умствени мускули, материали, движение и машини.

**Стъпка 3** – Създаване на стратегическо познание

Тази стъпка ни помага да извлечем определени изводи от следното:

- Обобщаване на стратегически разузнавателната информация;
- Стратегическия капацитет;
- И създаване на стратегическо познание.

Създаването на стратегическо познание се основава на резултатите от събраната стратегическа информация от стъпка 1 и резултатите от оценката на стратегическия капацитет от стъпка 2.

**Стъпка 4** – Правене на стратегически прогнози

Чрез тази стъпка ще можем да :

- Прогнозираме какво ще стане, ако не направим промени;
- Също така ще можем да отчетем въздействието на нашата прогноза върху клиентите, конкурентите, служителите, акционерите, кредиторите и доставчиците;
- Ще сме в състояние да си представим сценария на най-лошия случай.

**Стъпка 5** – Разработване на стратегическа визия

Стъпката ще ни помогне в следните насоки:

- Създаване на оптимистично гледище за бъдещето;
- Определяне на изпълнена с надежда стратегическа посока;

---

<sup>10</sup> Пак. там,с.91



- Определяне на местата на мотивиращите крайъгълни камъни, маркерите и прегледите.

Основното на което трябва да се обърне внимание е факта, че най-голямата ни надежда за реализация, трябва да бъде реалистична.

#### **Стъпка 6 – Създаване на стратегически възможности**

Тук акцента върху който ще работим и ще ни помогне да създадем добра възможност за развитие е формиран от следните компоненти:

- Идентифициране на пречките;
- Анализ на съществуващите възможности за отстраняване на пречките;
- Мисловните процеси на мениджъра трябва да са насочени към творчески идеи, нововъведения и изобретяване на повече възможности.

На практика се оказва, че създаването на стратегически възможности е тясно свързано с нагласите от страна на мениджъра, неговата точна и ясна преценка за съществуващите пречки и опасности.

#### **Стъпка 7 – Вземане на стратегически решения**

Тази стъпка по същество ни оказва помощ в следните посоки:

- Оценка на конкурентността, контролируемостта, съвместимостта, осъществимостта, въздействието и риска от всяка от възможностите за промяна;
- Избор на съкратен списък от възможности за промяна, който трябва да се обсъди с обкръжението ни;
- Обмисляне на ролята на интуицията във вземането на окончателно решение.

#### **Стъпка 8 – Създаване и оповестяване на ръководена от пазара стратегия.**

Практически, чрез стъпка 8 ще можем да:

- Измислим заедно някои избрани възможности за промяна, за да създадем синергия, устойчиво предимство, както и стратегическо такова;
- Ще създадем възприемана от клиентите стойност, като се зареди с енергия дадената марка, нов бизнес или глобална стратегия;
- Следва да напишем и представим стратегията на хората, борда и банката.

#### **Стъпка 9 – Планиране и управление на проекти за прилагането на промяната**

Чрез тази стъпка ще си помогнем да:

- Разберем защо някои хора ще се съпротивляват на ръководените от пазара промени, които сме създали в стратегията си на стъпка 8;



- Ще бъдем в състояние да преодолеем съпротивата чрез убеждаване, преговаряне и делегиране;
- Ще можем да комбинираме стратегическото планиране и управлението на проекта за приложение на стратегията и управлението на стратегическата промяна.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Може да заключим, че стратегическата мисловна нагласа е една от качествените разлики между стратегическия мениджмънт и оперативния мениджмънт, тъй като стратегическото мислене е начин на мислене, свързан със стратегическите процеси. Особеностите на стратегическото мислене, като фактор за успех на организацията, създават посоките на развитие. Независимо от различните подходи и начини за изграждане на мисъл и действие, то основният компонент на стратегически правилната и перспективна ръководна дейност, остава комплекса от положителни качества в мениджъра.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Сирашки, Хр. Проектно управление –проектно мислене//Бизнес управление, кн. 3, Свищов, Изд. На ВБШ,1997
- [2] Сирашки, Хр. Стратегическо управление, Свищов, АИ Ценов, 2012
- [3] Харизанова, М., Мирчев, М. , Миронова, Н. Мениджмънт –ценности, комуникации, промяна, С. Изд. РА „Неда”, 2006
- [4] Димитров, Д. Стратегическо управление на фирмата, С. УИ „Стопанство”, 1993
- [5] Андреева, М. Еволюция на управленската наука и на управленското мислене, С. ИК „Христо Ботев”, 1997
- [6] Пипер, Р. и Рихтер, К. Мениджмънт. Управлението на прехода. С., 1993
- [7] Утън, С., Хорн,Т. С. Стратегическо мислене, Изд. „Класика и Стил”,2015





## ДЕМОГРАФСКАТА СИТУАЦИЯ И НЕЙНОТО ОТРАЖЕНИЕ ВЪРХУ ПЕНСИОННАТА СИСТЕМА В БЪЛГАРИЯ

### DEMOGRAPHIC SITUATION AND ITS IMPACT ON THE PENSION SYSTEM IN BULGARIA

**Йорданка Христова**  
докторант катедра ИТ и МИО, Стопански факултет  
ПОК „Доверие“ АД  
e-mail: [j\\_kucarova@abv.bg](mailto:j_kucarova@abv.bg)

#### **Abstract**

*Demographic development of Bulgaria for long stays away from public attention in our country in the past, and his analysis was often superficial and one-sided. In recent years, debate question concerning only certain aspects of the demographic problem of our country by bypasses the real assessment of the demographic situation in the country and its impact pension system in Bulgaria. Since 1989 some negative trends in demographic development of Bulgaria, outlined by the late 70s deepened, so demographic situation today could be defined as "critical" in terms of normal reproduction of generations.*

**Keywords:** Demographic development, population, population growth, trends, pension system.

Постигането на по-високи и стабилни доходи на населението в надтрудоспособна възраст е основна цел на пенсионната реформа, стартирала в България през 2000 г. Усилията за постигане на тази цел продължават през целия преходен период, като се търсят различни варианти за оптимизиране на тристълбовия модел и гарантиране на финансовата устойчивост на пенсионната система. За да се постигне по-голяма ефективност на пенсионния модел, усилията са насочени към прилагане на различни варианти за комбиниране на разходопокривната с капиталовопокривната схема, които да сведат до минимум съпътстващите рискове и да изведат на преден план позитивните им страни. **Динамичните демографски и социално-икономически промени** поставят нови предизвикателства пред системата на пенсионно осигуряване, на които тя трябва да отговори своевременно, за да запази и подсили устойчивостта си в бъдеще.

Настоящият доклад има за цел да представи **демографските тенденции в страната и начина, по който те се отразяват върху пенсионната система**. На базата на представените резултати, ще бъде направен анализ на промените, които се очаква да бъдат направени в краткосрочен план в пенсионния модел и начина, по който те ще допринесат за преодоляването на дефицита в разходопокривната система и оптимизирането на пенсионния модел.



Системата на задължително пенсионно осигуряване в България функционира изцяло на разходопокривен принцип до въвеждане на кардинална пенсионна реформа и комбинирането ѝ с капиталовопокривна система през 2000 г. При този модел на финансиране от вноските, удържани от осигурените лица, се изплащат пенсиите и обезщетенията на настоящите бенефициенти. В момента на въвеждането на **солидарната система** демографската, икономическата и социалната конюнктура в страната е била коренно различна от съвременната и затова тя е била изключително подходяща като начин за компенсирание на сбъднатите се социални рискове. В днешно време, обаче, тя изпитва редица проблеми, свързани с промяната на демографската и социално-икономическата обстановка в страната.

*Населението* е основният фактор и предпоставка за съществуването на осигурителните системи. От една страна то е основен източник за набиране на средства за осигурителните системи, а от друга към него са насочени всички осигурителни плащания на социалното осигуряване. Ето защо изучаването на неговата численост, структура, процесите и явленията, протичащи в него, е от изключителна важност за осигурителните системи.

Върху **разходопокривната система** оказват влияние следните демографски фактори<sup>[11]</sup>:

- **Брой на населението – това е числеността на индивидите като цяло и на отделните групи и подгрупи в него.**

Година	Мъже	Жени	Общо
2001	3841163	4049932	7891095
2003	3790840	4010433	7801273
2005	3743327	3975423	7718750
2007	3699689	3940549	7640238
2008	3981280	3925271	7906551
2009	3659311	3904399	7563710
2010	3629809	3875059	7504868
2011	3566767	3760457	7327224
2012	3543606	3738435	7282041
2013	3524945	3720732	7245677
2014	3502015	3700183	7202198

**Таблица 1. Численост на населението в България.**

<sup>11</sup> За целите са използвани данни от анализите на Националния статистически институт.



*Графика 1. Брой на населението и неговата структура по полов признак*

На Таблица 1 е представена числеността на населението у нас към 31.12 на съответната календарна година. Използваните данни са от Националният статистически институт и обхващат периода от 2001 до 2014 г. Първоначално броят на населението е бил 7891095 души, след което трайно се запазва тенденцията към намаляване на неговата структура до достигане до 7202198 души в края на 2014 г. За една година в резултат на отрицателния естествен прираст и отрицателното външно миграционно салдо населението намалява с близо 43 хил. души или с 0,6%. Тази тенденция е устойчива и се забелязва през годините на прехода, когато, поради икономически и социални причини, **рязко намалява раждаемостта** в страната и голямата външна миграция. Последните данни сочат за намаляване на живородените деца спрямо предходната година, редуцираната смъртност, затихващата емиграция и други фактори, които ще бъдат разгледани по-нататък.

- *Съотношение на населението под, в и над трудоспособна възраст.* В подтрудоспособна възраст са лицата, които все още не са навършили възраст, при която физическото и психическото развитие да им позволи да се присъединят към работещото население. В Кодекса на труда е определено, че



тази възраст в момента е 16 години.

*Населението в трудоспособна възраст* към 01.01.2014 г. включва мъжете между 16 и 63,4 годишна възраст и жените между 16 и 60,4 години. В надтрудоспособна възраст са мъжете и жените над тази възрастова граница, които поради напреднала възраст не могат да изпълняват обичайните си трудови задължения. Счита се, че в България тази пределна пенсионна възраст е прекалено ниска, тъй като хората все още не са изчерпали способността си да работят активно, а средният пенсионен живот, който им остава, е дълъг, което натоварва допълнително разходопокривната система.

Година	Общо в %	Под трудоспособна възраст	В трудоспособна възраст	Над трудоспособна възраст
1920	100	47,3	44,1	8,5
1946	100	37,8	52,7	9,6
1965	100	32,4	54,4	13,2
1975	100	29,1	54,5	16,6
1985	100	28,3	54,0	17,8
1990	100	21,6	55,5	22,9
1995	100	19,1	56,6	24,3
2000	100	16,8	58,3	24,9
2001	100	16,3	59,2	24,5
2003	100	15,5	60,8	23,7
2005	100	14,8	62,4	22,8
2006	100	14,6	62,8	22,6
2007	100	14,5	63,0	22,5
2008	100	14,5	63,2	22,3
2009	100	14,5	63,1	22,4
2010	100	14,6	62,7	22,7
2011	100	14,3	61,7	24,0
2012	100	14,4	61,8	23,8
2013	100	14,6	61,7	23,7
2014	100	14,8	61,1	24,1

**Таблица 2. Структура на населението в зависимост от трудоспособната възраст.**

Значително нисък е относителният дял на лицата на възраст до 15 години – 14,3 % през 2011 г., а този на населението на 65 и повече години непрекъснато нараства и през 2014 година е 24,1 %. Старееенето при жените е по-интензивно, отколкото при мъжете – относителният дял на жените на възраст на 65 и повече години е 20,2%, а на мъжете – 14,7%, което се дължи на по-високата смъртност сред мъжете и като следствие от нея е по-ниската средна продължителност на живота им.



Трайното **застаряване на населението** е процес, който се наблюдава не само в нашата страна, но и в цяла Европа. Проблемът в България е, че тази негативна тенденция е подсилена от съчетанието между отрицателен механичен прираст, хронична безработица и огромен дял на недекларирана заетост. Към това трябва да се добави и големия брой на лицата, които имат право на по-ранно пенсиониране и ниската пенсионна възраст при мъжете и жените и недостатъчната осигурителна основа. Всички тези процеси оказват изключително негативно влияние върху старата пенсионноосигурителна система и тяхното изучаване, осмисляне и анализиране е от съществена важност за българския осигурителен модел.

През последните години в България се наблюдава сериозно **влошаване на демографската структура на населението**. По данни на Националния статистически институт в началото на миналия век тази структура е била коренно различна. Тогава преобладаващ е бил дялът на населението в подтрудова възраст – 47,3%, лицата в активна трудова възраст са били 44,1 %, а тези в надтрудова възраст – едва 8,5 %. Това се дължи предимно на високата раждаемост през онзи период, въпреки високата детска смъртност, и донякъде на по-кратката продължителност на живота. Структурата на населението се променя в следвоенните години, като броят на лицата в подтрудова възраст постепенно намалява, дялът на тези в трудова възраст бележи леко повишение, а най-голямо е нарастването на дела на тези, които са преминали в надтрудова възраст. Това се дължи на чувствително намаляване на раждаемостта, започнало през втората половина на века. Най-голям е дялът на пенсионерите през 2000 г. – 24,9 %, когато лицата в под и в трудова възраст са били съответно 16,8% и 58,3%. Увеличението на дела на пенсионерите се дължи не само на постоянно стареене на населението, но отчасти и повишаването на възрастта, изискуема за пенсиониране през последните години.

- Разходопокривната система изпитва сериозно влияние от *съотношението между броя на бенефициентите и осигурените лица, което се изразява чрез коефициента на зависимост.*

През 2004 г. Националният осигурителен институт разработва Годишен актюерски доклад, в който са анализирани текущите параметри на социалното осигуряване и са направени прогнози за неговото бъдеще. Тъй като това е свързано с редица условия, са разработени три варианта на прогнозите – оптимистичен (при наличието на най-благоприятни икономически и демографски фактори ) песимистичен (при най-



неблагоприятните икономически и демографски фактори) и реалистичен (включващ допускания и параметри, предоставени от Министерство на финансите и Агенцията за икономически анализи и прогнози) подобрене от 0,2 процентни пункта. За пенсиите, финансирани от ДОО, коефициентът на зависимост за 2009 година е 75,43%, тоест 100 осигурени лица издържат средно малко над 75 пенсионера. През 2008 година коефициентът е бил 75,1 %, а през 2007 година – 76,5%.

Според прогнозите, направени в Годишен актюерски доклад на НОИ от 2004 г., в дългосрочен аспект увеличението в очакваната продължителност на живота и поддържането на нормата на раждаемост, ще доведе до увеличаване на коефициента на зависимост до 119,9% в 2053 г.<sup>[12]</sup> Това би означавало, че един пенсионер ще се издържа от 1,20 осигурени лица, което ще доведе до задълбочаване на финансовата криза в пенсионноосигурителната система у нас, до нужда от напрестанно увеличаване на осигурителните вноски или до търсене на други алтернативи за пенсионни доходи.

**Средната продължителност на живота** – тя оказва пряко влияние върху пенсионната система, тъй като именно от нея зависи периода, през който ще се изплащат пенсиите на бенефициентите. Колкото по-дълъг е той, толкова по-големи са разходите на пенсионноосигурителната система.

Средната продължителност на предстоящия живот<sup>[13]</sup> общо за населението на страната, изчислена за периода 2007 – 2009 г., е 73,43 години. Този показател през периода 1999 – 2001 г. е 71,80 години. Оттогава досега за мъжете той се е увеличил с 1,4 година, а за жените с 1,9 години. През периода 2007 – 2009 г. средната продължителност на живота при мъжете е 69,90 години, докато при жените тя е със 7,2 години по-висока и е 77,08 години. Средната продължителност на предстоящия живот е с 1,7 години по-висока за населението в градовете (73,88 години) отколкото на населението на селата (72,22 години).

При запазване на старата неререформирана пенсионноосигурителна система, тези влошени показатели неминуемо биха довели до нейния колапс.

- **Естествен прираст на населението** – той представлява разликата между броя на родените и броя на умрелите индивиди в териториалната единица през определен период от време, най-често една календарна година.

<sup>12</sup> Национален осигурителен институт – Годишен актюерски доклад - 2004 г., София, декември 2004 г.

<sup>13</sup> Средната продължителност на предстоящия живот характеризира продължителността на предстоящия живот на новородените. Измерва се с броя на годините, които средно предстои да преживее едно новородено дете.



От 1990 г.насам умираат повече лица, отколкото се раждат, в резултат на което населението на страната непрекъснато намалява. Очертава се **трайна тенденция за намаляване** на раждаемостта в следствие на :

- ✓ Съществената промяна във функциите на семейството и децата в него
- ✓ Променя се ролята на жената в семейството и обществото
- ✓ От голямо значение е и все по-осезаемата *нестабилност на брачните връзки*, увеличението на разводите и съвместното съжителстване на мъжа и жената, без да са встъпили в граждански брак;
- ✓ Върху равнището на раждаемост сериозно влияе *високата дългосрочна безработица*, особено на младите хора в активна трудоспособна възраст.
- ✓ Намаленото влияние на *религията и легализацията на абортите*, от което чувствително намалява броя на нежеланите бременности.

Година	Раждаемост - ‰	Естествен прираст - ‰	Среден брой на живородени деца от една жена във фертилна възраст
2001	8,6	-5,6	1,24
2003	8,6	-5,7	1,23
2005	9,2	-5,4	1,31
2006	9,6	-5,1	1,38
2007	9,8	-5,0	1,42
2008	10,2	-4,3	1,48
2009	10,7	-3,5	1,57
2010	10,0	-4,6	1,49
2011	9,6	-5,1	1,51
2012	9,5	-5,5	1,50
2013	9,2	-5,2	1,52
2014	9,4	-5,7	1,52

**Таблица 3. Коефициенти на раждаемост, естествен прираст на населението и тотален коефициент на плодовитост<sup>[14]</sup>**

През 2009 г. коефициентът на естествен прираст (разлика между ражданията и умираанията на 1000 души от средногодишния брой на населението) е минус 3,5 на хиляда. Този показател е имал най-висока стойност през 2003 г., когато е бил – 5,7 на хиляда, след което започва устойчивото му намаление, дължащо се на увеличената раж-

<sup>14</sup> „България 2009 – Статистическа панорама“, НСИ, София, 2010 г.



даемост и балансираните равнища на смъртност. След 2011 година започва повишаване на неговата стойност, след като достига отново през 2014 година до – 5,7 на хиляда. Данните на НСИ сочат, че през 2009 г. коефициентът на раждаемост в България (брой живородени деца на 1000 души от средногодишния брой на населението) е 10,6 на хиляда.

Раждаемостта в България вече е на равнището на раждаемостта в редица европейски страни като Полша, Латвия, Словакия и Словения. С по-ниска раждаемост са Германия, Австрия, Италия, Португалия и Унгария – под 10 на хиляда. Най-високо равнище на раждаемост от европейските страни (над 11 на хиляда) има в Ирландия (16,9 на хиляда), Франция (13,0 на хиляда) и Великобритания (12,9 на хиляда)<sup>[15]</sup>.

Важен демографски показател е **тоталния коефициент на плодовитост**, представляващ средния брой живи раждания, които една жена има през целия си детороден период.

През 2001 г. средният брой живородени от една жена е 1,24 деца, като след това показателят плавно нараства, достигайки през 2008 г. 1,48 деца, а през 2009 – 1,57, а през 2014 г. – 1,52 деца. Най-високата стойност на плодовитостта след 1991 г., когато коефициентът на плодовитост е 1,65 деца е през 2009 година. Тоталният коефициент на плодовитост общо за ЕС е 1,57 деца през 2008 година. За сравнение теоретично определен минимум за осигуряване на просто възпроизводство на населението е около 2,14 живородени деца.

В същото време **коефициентът на обща смъртност** (брой умрели лица на 1000 души от средногодишния брой на населението) се променя динамично.



<sup>15</sup> „България 2009 – Статистическа панорама“, НСИ, София, 2010 г.



Година	Обща смъртност ‰	Детска смъртност ‰	Преждевременна смъртност ‰
2001	14,2	14,4	25,2
2003	14,3	12,3	24,3
2005	14,6	10,4	24,6
2006	14,7	9,7	24,6
2007	14,8	9,2	24,1
2008	14,5	8,6	24,1
2009	14,2	9,0	24,1
2010	14,6	9,4	23,4
2011	14,7	8,5	23,3
2012	15,0	7,8	22,3
2013	14,4	7,3	22,4
2014	15,1	7,6	22,4

Таблица 4. Коефициенти на обща, детска и преждевременна смъртност в ‰.

От 14,2 на хиляда през 2001 г., общата смъртност се повишава плавно до 2007 г., достигайки 14,8 на хиляда. В следващите две години показателят намалява, достигайки 14,5 на хиляда през 2008 г. и 14,2 на хиляда през 2009 г., впоследствие започва да се увеличава достигайки до 15,1 на хиляда през 2014 година.

В сравнение с предишни периоди, съпровождащи демографския преход от примитивен към съвременен тип възпроизводство, коефициентът на смъртност е намалял осезаемо – от над 20 на хиляда в началото на XIX век до стойности под 15 на хиляда, каквито се отчитат в момента. **Факторите, обуславящи равнището на смъртност са** [16].

- ✓ *Напредъкът на медицината и системата на здравеопазване;*
- ✓ *Развитието на профилактиката и хигиената;*
- ✓ *Жизненото равнище на населението;*
- ✓ *Условията на труд;*
- ✓ *Културното и образователното равнище на населението;*

**Коефициентът на детската смъртност** е показател, който отчита броя на умрелите деца преди навършването им на едногодишна възраст на 1000 живородени деца през същата година. От началото на разглеждания период до 2008 г. този показател бележи траен спад – от 14,4 на хиляда през 2001 г, достига до 8,6 на хиляда. През

<sup>16</sup> Каракашев, Х., Л. Дулевски и др. Учебник по геодемография и регионален пазар на труда. София: ИУ"Стопанство" – Институт за следдипломна квалификация при УНСС; с.124-125.



2009 г. обаче достига 9,0 на хиляда, което ни отдалечава от целта коефициентът на детска смъртност да достигне стойности, близки до тези в ЕС. В повечето от страните в Европа коефициентът на детска смъртност е под 7,0 на хиляда, като най-ниска е детската смъртност в Люксембург – 1,8 на хиляда, Швеция - 2,5 на хиляда, Финландия – 2,6 на хиляда и Чехия – 2,8 на хиляда. Само Румъния (11,0 на хиляда) и Малта (9,9 на хиляда) имат по-висока стойност на показателя от този в нашата страна.

Тревожни са също така и показателите на **преждевременна смъртност след лицата под 65-годишна възраст, съотнесени към всички починали.**

През периода 2001-2014 г. този показател изпитва колебания – в началото на периода лицата, починали преди навършване на 65-годишна възраст са 25,2 на хиляда, през 2002 г. намалява до 24,3 на хиляда, но в следващите две години се повишава до 24,6 на хиляда, след което през 2007 и 2008 г. спада до 24,1 на хиляда. През 2009 г. стойността на този показател отново се повишава до 24,4 на хиляда. В следващите години този показател бележи намаление до края на периода. Въпреки това обаче коефициентът на преждевременна смъртност все още остава твърде висок в сравнение с този на икономически развитите държави. Това се дължи на по-големия стрес, на който са подложени лицата, на качеството на живота, на зле функциониращото здравно осигуряване и проблемите на здравеопазването. Това означава, че лицата не са завършили трудовия си период в установеното от законодателството време, което води освен до загуба на човешки животи и до нереализирани приходи за социалноосигурителните системи.

- **Миграционният (механичният) прираст на населението** – представлява разликата между заселилите се (имигрирали) и изселилите се (емигрирали) лица на територията на една страна.

Възприето е за имигранти да се считат хората, които пристигат в дадена страна, за да се заселят трайно на територията ѝ, а за емигранти – онези, за които със сигурност е установено, че напускат дадена страна или вече са я напуснали поне за една година или за постоянно. Миграционните движения се делят на външна и вътрешна миграция в зависимост от това дали се напуска страната или се сменя само местоживеенето в нейните граници.

Механичният прираст на населението е фактор, оказващ осезаемо влияние върху пенсионното осигуряване, тъй като той променя числеността на осигурителната съвкупност. Преобладаваща част от емигрантите са млади хора, на които им престои дълъг



период на трудова дейност, през който ще внасят осигурителни вноски, от които ще се изплащат задълженията на настоящите бенефициенти. Вместо да подпомагат нашата осигурителна система, те работят и се осигуряват в чужбина, с което увеличават притока на свежи пари в осигурителните системи на страната, която ги е приела. Една не малка част **от емигрантския поток** работи без трудови договори и следователно не се осигурява. Това крие реална опасност тези хора да останат извън обхвата на пенсионната и здравноосигурителната система и след време, когато станат нетрудостолюбни, да не разполагат с доходи. Вероятността тогава те да се възползват от услугите на социалното подпомагане е голяма, което още веднъж ще ошети Държавния бюджет. Допуска се, че с постигането на устойчиви икономически показатели, намаляването на инфлацията, повишаването на реалната работна заплата, намаляването на безработицата и други, емигрантският поток ще намалее и миграционното салдо ще се доближи до нулеви стойности.

Нещо повече на базата на опита, който имат новоприетите страни-членки на Европейския съюз, се прогнозира, че България ще стане привлекателна за живеене страна за гражданите на някои страни от Близкия изток и Африка. По този начин разходопокривната ни система би получила глъдка свеж въздух, но на такова решение на проблема трудно би могло да се разчита, тъй като емигрантите също остаряват, преминават в погорна възрастови групи и се пенсионират, при което е необходимо да им се подсигурят пенсионни доходи. Ако тези прогнози се сбъднат, нашата страна трябва да бъде готова да поеме този емигрантски поток и да му подсигури подслон, медицински грижи и трудова заетост.

Поради променените демографски характеристики и социални потребности на населението, свързани с увеличената средна продължителност на живота и стермежа към постигане на високи пенсионни доходи, позволяващи да се запази жизнения стандарт след пенсиониране се налага необходимостта от гарантиране на стабилни пенсии. Преминавайки в надтрудолюбна възраст, хората запазват активността си и желаят да разполагат с повече средства, за да задоволяват своите нужди до края на своя живот.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] България 2009 – Статистическа панорама, НСИ, София 2010.
- [2] Годишен актюерски доклад – 2004 г., Национален осигурителен институт, София, 2004 г.
- [3] Гочев Г., Б.Манов, Социално осигуряване, Тракия М, София, 2004 г.
- [4] Дулевски Л., Л.Стефанов, Осигурителна системи и фондове в България, Сиела, София, 1999 г.
- [5] Каракашев Х., Л.Дулевски и др. Учебник по геодемография и регионален пазар на труда,



ВТУ “Св. св. Кирил и Методий”  
Стопански факултет



Българска академия на науките  
Институт за икономически изследвания

УИ Стопанство, Институт за следдипломна квалификация при УНСС, София, 2002 г.  
[6] Павлов Н., Осигурителни схеми, АИ Ценов, Свищов 2005 г.





## РАЗВИТИЕ НА ЕКОТУРИЗМА В СЕВЕРНА БЪЛГАРИЯ

### ECOTOURISM DEVELOPMENT IN NORTH BULGARIA

**Мирослав Костадинов**  
СА „Д. А. Ценов” - Свищов  
e-mail: ms\_84@abv.bg

#### Abstract

The paper is focused on some aspect of one of the most dynamic sectors of the tourism – the ecotourism. It presents the potential of ecotourism in north part of Bulgaria and also proposes directions for further development.

**Keywords:** ecotourism, tourism ecoproducts, north Bulgaria.

#### ВЪВЕДЕНИЕ

България е добре позната и предпочитана целогодишна туристическа дестинация с ясно разпознаваема национална идентичност и съхранена култура и природа. Страната ни от позициите на природните, климатичните и историческите си дадености е особено благоприятна за туризъм и той има много голям потенциал да е един от основните фактори, който ще допринесе за развитието на българската икономика. (предложение за редакция) Значението на отрасъла се определя от мястото му в стопанската структура и влиянието му върху населението. В условията на стопанска криза туризмът е един от малкото отрасли, които са печеливши и чиято “продукция” има пазар в страната и в чужбина.

Значимостта на туризма за просперитета на националната икономика е национално призната, а от 2014 г. е разработена специална Стратегия за устойчиво развитие на туризма за периода 2014-2030 г. Стратегията има за цел да утвърди мястото на България в туристическия европейски и световен бизнес като трайно я утвърди като туристическа дестинация, предоставяща „уникални възможности за практикуване на различни видове туризъм”<sup>17</sup>, в т. ч. и екотуризъм. Стратегията очертава ролята на туризма да подпомага устойчивото развитие на туристическата индустрия, позовавайки се в максимална степен на информацията, придобита от маркетинговите проучвания, доклади, анализи и прогнози в т.ч. на международни източници като Световната туристическа организация към ООН.

<sup>17</sup> Вж. Стратегия за устойчиво развитие на туризма за периода 2014-2030 г. (приета с протокол на Министерски съвет № 22/04.06.2014 г.), [http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/strategy-policy/strategy\\_2014-2030\\_13\\_05\\_2014-sled\\_ms\\_26\\_05\\_2014.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/strategy-policy/strategy_2014-2030_13_05_2014-sled_ms_26_05_2014.pdf), с. 4.



## ИЗЛОЖЕНИЕ

Екотуризмът олицетворява отношението и поведението на хората при взаимодействието на човек с природата и нейната идентичност. Преживяванията на туристите, като част от природните естествени закономерности и процеси на взаимна обмяна на ресурси и сили ги поставят в една обща биологична система ”човек-природа”. В тази система човека има възможност да опознае и се грижи за поддържането на естествените дадености без да нарушава хармонията на обмяна на блага при спазване на естествения ред, порядък и чистота в околната среда. Значимостта на екотуризма е припозната в Стратегията за устойчиво развитие на туризма за периода 2014-2030 г., където очертавайки профила на съвременния турист се посочва, че той „...търси повече престой сред природата, приключение, екзотика, риск, спорт наред с класическите продукти – отдих, култура и кулинария” както и, че „...притежава по-развито съзнание за щадящо и устойчиво ползване на природната среда, под което разбира развитие между природния пейзаж и урбанизацията, както и възможността да се наслади интензивно”<sup>18</sup>. В този документ се отбелязва също и че атрактивната ни природа е основен фактор, който подтиква туристите съзнателно да се насочват към екотуризма, за да изживеят уникални усещания и натрупат специални спомени от неповторимата ни природа.

Настоящият доклад акцентира върху възможностите за развитието на екотуризма в тази част от територията на България, която е разположена северно от главното било на Стара планина. В природогеографско отношение релефа е равнинно-хълмист и относително еднообразен. Тук е концентрирано малко над 1/3 от населението на България, а по-големите градове са Варна, Русе, Плевен и Велико Търново. Съгласно туристическото райониране териториалната структура на туризма се определя от туристопотоците и целта на туристическите пътувания във връзка с регионалните различия в природните и антропогенните ресурси. На тази основа са формирани следните туристически райони:

---

<sup>18</sup> Вж. Стратегия за устойчиво развитие на туризма за периода 2014-2030 г. (приета с протокол на Министерски съвет № 22/04.06.2014 г.), [http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/strategy-policy/strategy\\_2014-2030\\_13\\_05\\_2014-sled\\_ms\\_26\\_05\\_2014.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/strategy-policy/strategy_2014-2030_13_05_2014-sled_ms_26_05_2014.pdf), с. 28.



Фиг. 1. Туристическо райониране на България

В настоящият доклад се акцентира върху последния споменат район, а именно Северозападният, който обхваща части от Западна Стара планина, Предбалкана и Дунавската равнина. В него се намират едва 3% от легловата база в страната. С по-голяма атрактивна стойност са разнообразният му релеф, историческите селища, река Дунав и др. Територията му е относително добре усвоена в транспортно отношение. Развити са ж.п., автомобилният, речният и въздушен транспорт. В района намират присъствие познавателния, семейния, ловния туризъм, риболова, водните спортове и други туристически дейности. Основните туристически центрове са Белоградчик, Берковица, Видин, Чипровци, Враца, Козлодуй, Велико Търново и др. Географското разположение на тази част от България предлага голямо природно разнообразие и е предпоставка за развитие на разнообразни бизнес дейности, в т. ч. индустриални производства и селскостопанска дейност. Тази част от страната се характеризира с огромно биологично разнообразие, при което съществува не само съхранената флора и фауна, а и уникални ландшафтни характеристики и важни културни и исторически наследства. Те са основата за динамичното развитие на екотуризма понастояще и в бъдеще.

Климатът в Северна България е благоприятен за целогодишен екотуризъм, за почивка, отдих, възстановяване на силите на туристите, чрез използване на естествени методи и средства. Предбалканският и крайдунавският релеф на региона, съчетан с



много реки, язовири, минерални извори, скални образувания, пещери, водопади, плата, „партнира” с немалък капацитет от вече изградени хижи, екопътеки, комплекси за отдих и центрове за балнеолечение. Това осигурява една лесна разпознаваемост и изграден бранд. Северна България предоставя също действащи етнографски музеи, археологически комплекси, исторически местности, национални паркове и резервати. Изградени са традиции и съществуват условия за предлагане на екотуристически продукти и пакети на много високо ниво.

Като най-известни екотуристически обекти в Северна България могат да се посочат следните:

- ✓ Национален историко-археологически резерват „Мадара“, който се намира на 17 км. североизточно от гр. Шумен.
- ✓ Свещарска гробница - историко-археологически резерват „Сборяново“, обхващащ територията на западната част на Лудогорското плато, в община Исперих.
- ✓ Биосферен резерват „Сребърна” – с. Сребърна, разположен на 2 км. Южно от река Дунав и на 16 км. от гр. Силистра.
- ✓ Ивановски скални църкви – гр. Русе.
- ✓ Известната видинска крепост „Баба Вида – гр. Видин.
- ✓ Архитектурно-музеен резерват „Царевец” - град Велико Търново.
- ✓ Пещера Магурата, която се намира на 17 км от гр. Белоградчик, във варовиковата Рабишка могила.
- ✓ Белоградчишките скали и втъкнатото в тях Белоградчишко кале.

За усъвършенстването на горепосочените екотуристически региони е отделено специално място в упоменатата Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България с хоризонт 2030 г., която подготвя набор от дългосрочни стратегии, в т. ч. и за екотуризма. Съвременният туризъм, въпреки влиянието на кризисните явления, все категорично утвърждава ролята си на значим и динамично развиващ се сектор от системата на обществените отношения в световен и национален мащаб. Развитието на съвременната туристическа индустрия е белязано от трайни структурни изменения, разнообразяване и обогатяване на видовете и формите на туризма и диверсификация на туристическия продукт. За успешно развитие на екотуризма в Северна България и за реализиране на значими икономически и социални ползи от него е необходимо:

- стимулиране на туристическия бизнес чрез формите на публично-частното партньорство;



- определяне и разграничаване на мястото, ролята и функциите на неправителствените организации и местното население;
- подобряване инфраструктурата до обектите на екотуризма;
- осигуряване изграждане на информационни мрежи за комуникация и предлагане и др.

Ползите, които могат да се генерират, следвие развитието му, са поне в следните няколко посоки:

- възпитаване уважение на поколенията към околната среда и изграждане на екологично и културно съзнание;
- възможности за съчетаване с други видове туризъм и засилване на мултипликационния ефект от туризма;
- осигуряване препитание за населението, запазване на местния поминък, традициите и идентичността на региона;
- включване на Северна България в общи туристически продукти, в т. ч. и с други страни и др.

Досегашният опит при прилагането на добри практики в областта на туризма в крайдунавските общини с градовете от Румъния показва положителния ефект от създаването на съседски взаимоотношения на взаимопомощ и разбирателство между страните домакини, на регионите по поречието като резултата от тяхното сътрудничество би могло да се разшири в посока на екотуристическата дейност. С тези инициативи ще се укрепи и поддържа благоприятен социално-икономически климат и за двете страни. Възможности на екотуризма, като специфична форма, може да има от позициите на организирането на съвместни мероприятия за опазване на природните богатства на река Дунав и нейните брегове. В регионите има необходимост да се защитят естествените природни екосистеми като тези усилия могат да се съчетаят и с опознаване богатото историческо и културно наследство на градовете. Капацитетът от възможности и Дунавската низина на реката с нейните острови, е свързан с богата флора и фауна от гори, водни образувания, растителен, птичи и животински видове. Разнообразието им дава възможност на еколозите целогодишно да наблюдават и изучават различните прояви на екосистемите, а това е условие за организиране и поддържане на обучителни програми за деца и студенти и предпоставка за провеждане на научни дейности в областта на екологията.



За целта е необходимо изграждането на търговски, жизнен, екологически устойчив, културно-ценностен и отговорен екотуризъм, който да съчетава възможностите на региона с желанията и усилията на местното население в лицето на общинските структури и различните неправителствени организации и групи, занимаващи се с опазване на природното и културно богатство на региона и околните села. При прилагането на разумно, целенасочено управление на природните дадености и потребностите на екотуристическото поведение не само ще поддържа чистотата на околната среда, но ще се създаде и система от устойчива целогодишна туристическа дейност. Постъпленията от средствата получени от този вид туризъм могат да се използват за поддържане на инфраструктурата на района и осигуряване на по-добър достъп на хората до места за почивка, отдих, разходка и развлечения.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Потенциалът за развитие на екотуризма в Северна България все още е недостатъчно пълно разгърнат. Личат положените и запазени през времето основи – традициите сред местното население и съхранените природни дадености. Предстоят обаче да се развият още поредица от дейности като основните сред тях могат да се търсят в: стимулираното развитие на разнообразни дребни екотуристически предприемачески дейности; основаване и насърчаване на т. нар. „зелено обучение”, което да обхваща хора от всички възрастови групи и постепенно да превръща потенциалните екотуристи в реални такива, както и в развитието на клъстерни структури, в т. ч. и между български и румънски партньори с насоченост към опазването на природното богатство на региона.

### **ЛИТЕРАТУРА**

- [1] <http://www.andrey-andreev.com/>
- [2] <http://geografia.kabinata.com/>
- [3] <http://www.strategy.bg/>
- [4] <http://poseti.guide-bulgaria.com/>





## ОВЛАСТЯВАНЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИ НА ЦЕНТЪР ЗА НАСТАНЯ- ВАНЕ ОТ СЕМЕЕН ТИП ЗА ЛИЦА С УМСТВЕНА ИЗОСТАНА- ЛОСТ

### EMPOWERMENT OF THE USERS OF FAMILY-TYPE ACCOMMODATION CENTRE FOR PERSONS WITH MENTAL RETARDATION

**Янка Атанасова Павлова**  
**магистър „Социални дейности“**  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански факултет,  
e-mail: [qnka\\_pavlova@abv.bg](mailto:qnka_pavlova@abv.bg)

#### Abstract

The current research presents the results of a survey among users of social service “Family-type accommodation centre for persons with mental retardation”. The purpose of this study is to reveal opportunities for their empowerment. The results identify difficulties related to users' empowerment and care, their full inclusion in the life of the group, independent organization of everyday life and the decision making relating to purchasing of different household products and goods.

**Keywords:** social service, persons with mental disability, social care, social work

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Трудностите при работата с потребители с умствена изостаналост, настанени в институции и ползващи социални услуги резидентен тип са многобройни. Съществуват множество парадокси, с които социалният работник се сблъсква всекидневно, като например: потребител с инсулинозависим диабет иска разрешение от социалния работник да отиде до магазина и да си закупи вафли. Как да процедира социалният работник – да разреши, за да не наруши правата на потребителя да борави свободно с парите си или да забрани, с оглед здравословното състояние, съгласно индивидуалния план и плана за здравни грижи? Други основни проблеми, свързани с овластяването, са: участието на потребителите в изготвянето на седмично меню; избор на дестинация за посещение на планирана годишна екскурзия; запознаване и подписване на плана за индивидуална грижа и т.н.

#### ИЗЛОЖЕНИЕ

Центърът за настаняване от семеен тип за лица с умствена изостаналост (ЦНСТ) е форма на социална услуга, насочена към лица, които имат потребност от 24-часова грижа. Социалната услуга създава среда за живот близка до семейната, при която лицата получават необходимата им индивидуализирана подкрепа за водене на относително



самостоятелен и независим живот. Услугата се предоставя в комбинация и координация с базовите услуги в общността (за заетост, образование, здравни, културни) и с други социални услуги.

ЦНСТ предоставя краткосрочни и/или дългосрочни услуги в зависимост от желанието и потребностите на потребителите. Услугата осигурява подходящо равнище на интервенция и подкрепа, което дава възможност на хората да постигнат максимална самостоятелност и контрол над собствения си живот. С предоставянето ѝ се цели осигуряване качество на живот, което не допуска социално изключване, гарантира предоставяне на индивидуализирана грижа и подкрепа, фокусирана върху постижими резултати за потребителите на услугата.

В овластяването на потребителя е заложена идеята за промяна във властта между социалния работник и потребителя. Това е процес, при който потребителите придобиват способност да поемат контрол върху собствения си живот. Обхваща следните аспекти: хора, употреба на власт, взаимозависимост, воля, администрация. Овластяването съчетава развитие на отношение към себе си, изграждане на знания, по-голяма функционална компетентност.

При овластяване потребителят има власт за вземане на решения. Отчита се също и влиянието на структурните проблеми като те се пречупват през призмата на индивидуалния опит. Утвърждават се принципите:

- Подкрепа за независим живот;
- Партньорство между потребителя и социалния работник;
- Спазване на правата на потребителите.

Приема се, че хората не са пасивни. Връзката индивид-общество е в дейността.

**Целта** на изследването е да се определи доколко е възможно реалното овластяване на потребителя на услугата ЦНСТ за лица с умствена изостаналост.

### **Материал**

Изследването е проведено в Център за настаняване от семеен тип за лица с умствена изостаналост. В него участват всички 13 потребители. Те са с различна степен на умствена изостаналост и различни придружаващи заболявания и характеропатии. 4 от лицата са поставени под запрещение, останалите 9 - не са. Възрастта на потребителите е от 21 до 72 г. Диагнозите включват, както водещите - лека, умерена и тежка умствена изостаналост, така и съпътстващи диагнози - инсулинозависим диабет, епилепсия, органични изменения в личността в епи стил, тахикардия, лариниална астма, шизофрения.



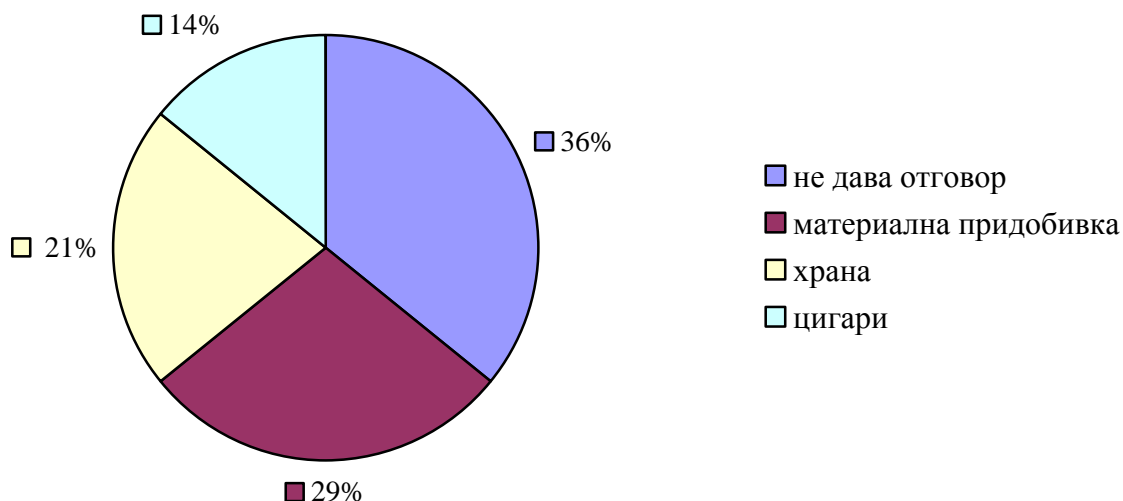
Често наблюдавани характерни особености в групата са хиперактивност, агресивни и автоагресивни прояви. Част от потребителите са със запазени мисловни функции, има наличие на причинно-следствени връзки, а при другата част мисловния процес е нарушен. Има лица, които са посещавали училище, а и такива, които не подлежат на обучение. При някои липсва говор или има дефицит в говорния апарат, двигателната функция също е силно затруднена при по-голямата част.

С потребителите са проведени структурирани интервюта, обхващащи сферите - вземане на решения в ежедневието, участие в живота на групата и изготвяне на документация, съвместно със социалния работник относно ползването на социалната услуга.

### Основни резултати

Анкетираните потребители се затрудняват да посочат потребност. 36% не могат да назоват потребност, била тя съществена или не. 29% заявяват желание за материална придобивка (кола, мотор, мобилен телефон). 21% желаят да им се закупи храна, 14% желаят да им бъдат купени цигари. Прави впечатление, че някои от респондентите искат неща, които са вредни за тяхното здраве. Отчитат се също и трудности в осъзнаването на потребността. (Фигура 1.)

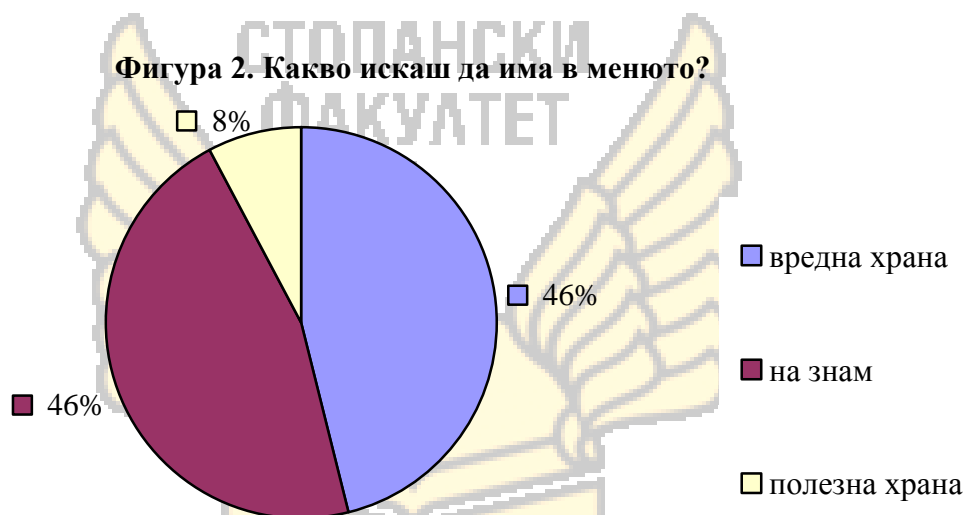
Фигура 1. Какво искаш да си купиш?



Лицата не са наясно с правилата за здравословно и рационално хранене. 46% изказват предпочитание към вредна храна. 46% не могат да назоват храна и 8% предпочитат полезна храна, която вече присъства в техния хранителен режим. Основна трудност при овластяването по отношение хранене, произлиза от невъзможността за дефи-



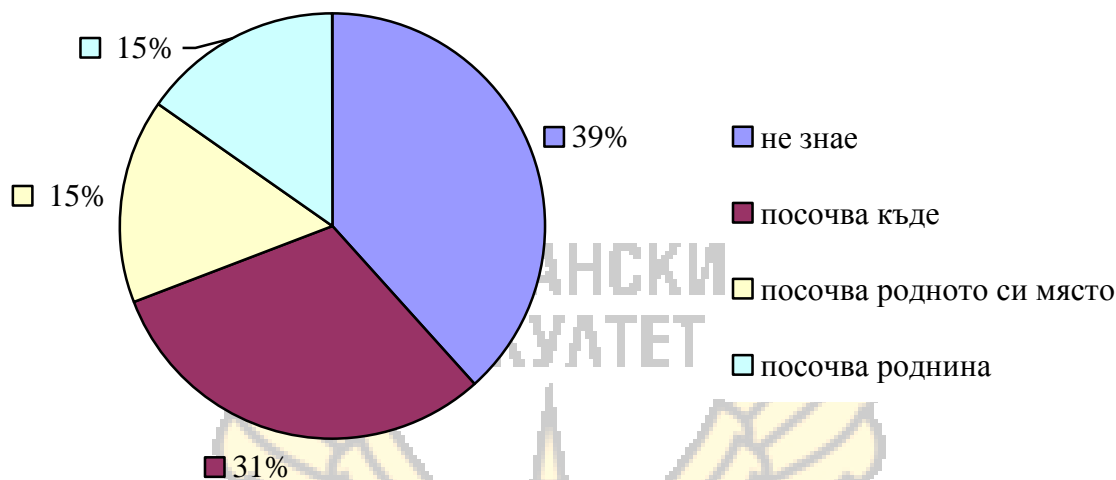
ниране на желана за консумиране храна, непознаване принципите на изграждане на здравословно меню и не на последно място ограниченията на продуктите, определени от позициите в договора, според Закона за обществените поръчки. Друг проблем, свързан с този въпрос е това, че социалната услуга разполага с определен бюджет, в който трябва да се вмести при изготвяне на седмично меню.(Фигура 2.)



На въпроса „Къде искаш да отидеш на екскурзия?“ 39% от анкетираниите не могат да назоват къде искат да отидат, 31% успяват да назоват място, което искат да посетят. Лицата назовават град, но не и определена забележителност. 15% посочват родните си места като желана дестинация, а други 15% посочват роднините си. Въпреки, че има потребители, които са ориентирани къде точно искат да отидат, планираната годишна екскурзия е групово мероприятие и потребителят няма как да вземе индивидуално решение, а трябва да се съобрази с това на групата. (Фигура 3.)

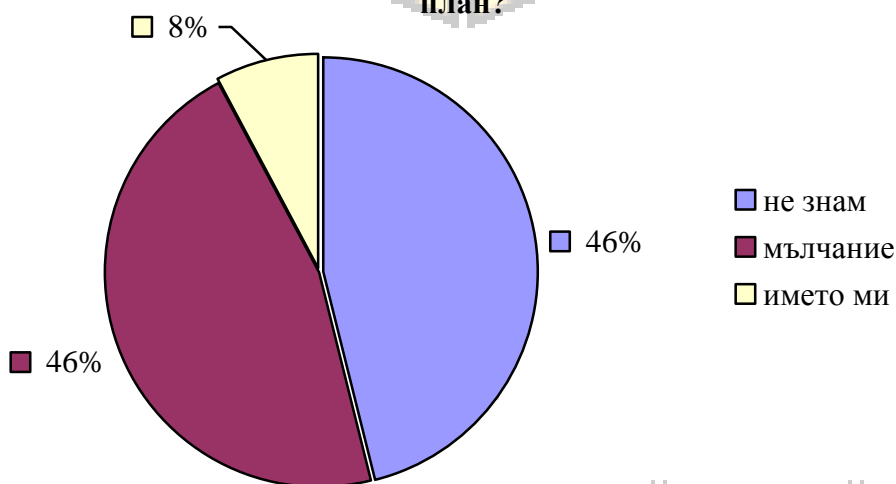


Фигура 3. Къде искаш да отидеш на екскурзия?



Относно участието в изготвянето на индивидуалния план на потребителя на социални услуги - 46% не знаят за какво полагат подписа си, 46% запазват мълчание и 8% казват, че в индивидуалния план пише тяхното име. Това отчетливо говори, че не си дават сметка за целите, които са заложили за тяхното развитие и евентуално бъдещо извеждане в обществото и участват само фиктивно, чрез полагането на подпис върху документа. (Фигура 4.)

Фигура 4. Какво пише в индивидуалния ти план?

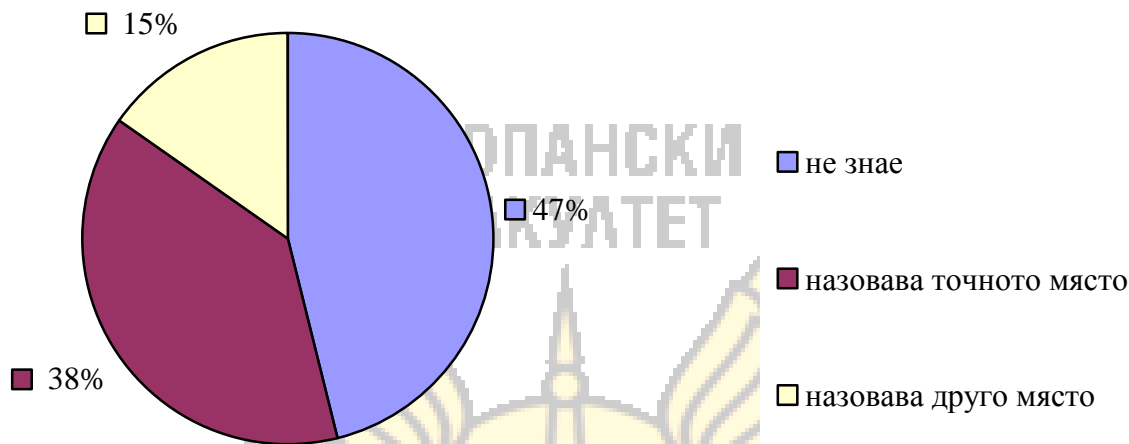


За да се види ясно и отчетливо, доколко въпросните потребители са ориентирани относно време и място се разглежда и въпроса „Къде си сега?“. Неориентирани са 47%. Лицата, знаещи къде точно се намират в този момент са 38%, а 15% считат, че се нами-



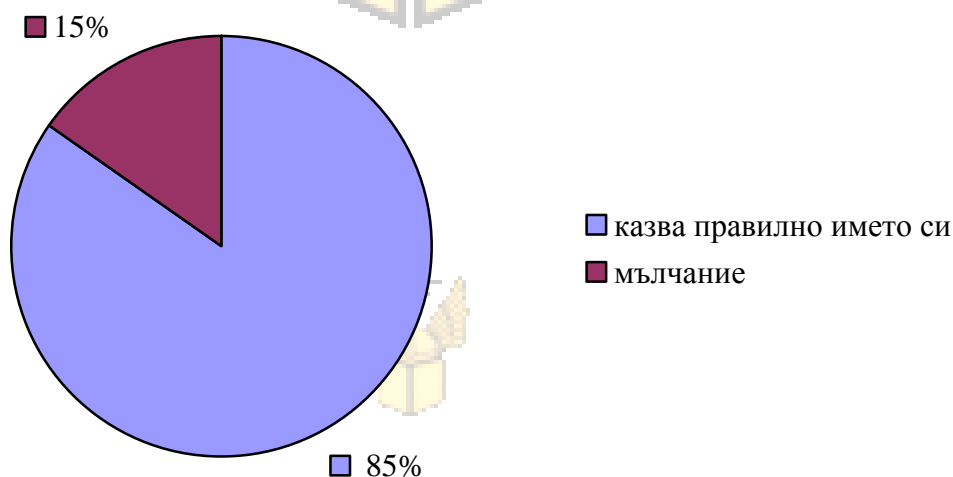
рат на друго място. Като цяло потребителите на изследваната услуга са слабо ориентирани за време и място. (Фигура 5.)

Фигура 5. Къде си сега?



Познанието за собствена личност изразено в процентно съотношение: 85% от потребителите могат да разграничат себе си като отделна личност и да назоват името си. Останалите 15% имат дефицит в говора и не могат да изрекат името си, но на въпроса „Как се казваш?“ – посочват себе си. Това говори, че имат изградено „аз“ понятие, въпреки че не са достатъчно ориентирани във времето и пространството. (Фигура 6.)

Фигура 6. Как се казваш?



Анализът на резултатите показва, че болшинството (36%) не знаят как да разполагат с личните си средства. Не могат да ги разходват рационално, спрямо потребностите си от битово естество, без адекватна помощ от социалния работник, който спомага за дефиниране на потребности и помощ при управлението на личните средства.



Що се касае до участие в изготвяне на меню, отново няма на лице възможност за равноправно участие, поради редица причини като непознаване на правилата за здравословно хранене, трудност за побиране в бюджета и съответствие на продукти по определени позиции в обществената поръчка.

Не може да се говори за овластяване и при избора на град за посещение при планираната годишна екскурзия от една страна, поради факта, че по-голямата част от анкетираните лица (39%) не могат да дадат адекватен отговор, а от друга поради това, че трябва да се вземе групово решение.

Проблемът в участието при изготвяне на прилежащата към досието документация и изготвянето на индивидуален план се състои в това, че потребителите не си дават сметка в какво се състои планът. Те просто се подписват, без да асимилират поднесената им информация, което ги прави пасивна страна. За да има реално овластяване, напредък трябва да имаме лице, което да участва активно в процеса на социализация.

Ориентацията за време и място на лицата е груба и повърхностна, дори само на тази база, може да се съди за възприятията им за света и възможността им за критична оценка и наличието на причинно-следствени връзки (напр. „Аз се намирам на това място, защото ползвам тази социална услуга“). При условие, че нямат времево-пространствена ориентация, как могат да бъдат натоварени със сложни проблеми, касаещи цялостния им живот? Затова пък преобладаваща част разпознават себе си като отделна личност – имат изградено понятието “аз“, което само по себе си не ги прави способни да вземат адекватни решения, касаещи битието им. Трудностите, свързани с процеса на овластяване произхождат основно от менталните затруднения на лицата.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При потребителите на социалната услуга „Център за настаняване от семеен тип за лица с умствена изостаналост“ овластяването е силно ограничено. Необходимо е да се вземат под внимание: диагноза, степен на увреждане, а при ментален проблем – доколко лицето е ориентирано за време, място и собствена личност, доколко може да назове и обоснове реалните си потребности, може ли да носи отговорност за взетите решения и доколко овластяването може да бъде факт в една затворена група. В тази група наличните ресурси, които да бъдат използвани като база за активизиране са силно ограничени.



Възможностите за овластяване при тези потребители са силно занижени. Може да се работи в насока развиване на интелектуалното равнище чрез различни обучителни методи. Включване в групи по интереси, с цел развиване индивидуалните способности на лицата. Важно е да се вземе предвид, че освен водещото заболяване при повъзрастните потребители протичат и дегенеративни изменения, които влияят, както на физическите и интелектуалните им способности, така и на възможността за вземане на решения.

Естествено, това не трябва да бъде предпоставка да не се работи с тези лица, напротив, с тях трябва да се подхожда с изключително внимание и уважение и да се цели насърчаването на индивидуалността, на потребностите, на възможностите за вземане на решения, защото както е казал Конфуций - "Няма значение колко бавно се движиш, стига да не спираш". А целта е една – да се премине от пасивен потребител към активен човек, имащ контрол над, ако не всички, то поне повече аспекти в живота си.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] МТСП. Методическо ръководство за условията и реда за предоставяне на социалната услуга „Център за настаняване от семеен тип“ – приложение към Заповед РД01-401/02.04.2013г.
- [2] Йоргова. М. Съвременни тенденции в социалната работа. Лекционен курс, ВТУ, 2015.
- [3] АСП. Методики. [online] Available: [http://www.asp.government.bg/ASP\\_Client/ClientServlet?cmd=add\\_content&lng=1&sectid=13&s1=18&selid=18](http://www.asp.government.bg/ASP_Client/ClientServlet?cmd=add_content&lng=1&sectid=13&s1=18&selid=18) [accessed 17 April 2016]
- [4] АСП. Закони и кодекси. [online] Available: [http://www.asp.government.bg/ASP\\_Client/ClientServlet?cmd=add\\_content&lng=1&sectid=13&s1=14&selid=14](http://www.asp.government.bg/ASP_Client/ClientServlet?cmd=add_content&lng=1&sectid=13&s1=14&selid=14) [accessed 17 April 2016]





## ПОТЕНЦИАЛ ЗА РАЗВИТИЕ НА ГУРМЕ ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

## POTENTIAL FOR DEVELOPMENT OF GOURMET TOURISM IN BULGARIA

**Анелия Петкова**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, гр. Велико Търново  
Стопански факултет, катедра „Маркетинг и туризъм“  
e-mail: [aneliqp@gmail.com](mailto:aneliqp@gmail.com)

### Abstract

*Purpose of the report is to analyze Bulgaria's potential for development of gourmet tourism. What are the opportunities for this sector in tourism and what resources have to be imposed on Bulgarian and international market as "gourmet destination". In the report are examined the reasons for increasing the gourmet culture of tourists and preconditions for development of gourmet tourism in Bulgaria.*

Keywords: food, gourmet culture, gourmet tourism, potential for development.

### ВЪВЕДЕНИЕ

Храненето е в основата на човешкото здраве и е важна част от ежедневието на хората. Има значима роля за доброто жизнено състояние на човешкия организъм и точно поради това е от значение с какво задоволяваме тази потребност. Храненето е неотменна част от всяко пътуване. Преди години търговците пътували по седемте морета в търсене на нови храни и продукти, с които да търгуват. Подправките, виното, плодовете, зехтинът били ценен дар и екзотична стока. Нещата не са се променили много днес, разликата е, че сега хората пътуват, за да открият интересни ресторанти и винарни, където да се докоснат до непознати вкусове и култури. Така в последните години кулинарният туризъм се е превърнал в едно от най-търсените предложения на туристическата индустрия и добива все по-голяма популярност сред клиентите. От гледна точка на своята дефиниция, кулинарният туризъм е част от културния, тъй като характерната за дадено място кухня е част от неговата култура.

Според последни изследвания делът на туристите, които ползват системата „олинклузив“, значително спада. Тенденция е, голяма част от туристите да избират туристически пакети от типа ВВ или иначе казано единствено закуската да е храненето, което присъства.<sup>[2]</sup> Целта е дегустация на местната кухня в дестинацията. Така наред със задоволяването на основните потребности, се постига и друг ефект - опознаване на културата и идентичността на нацията. Неслучайно според редица анализатори, бъдещето на туризма е свързано с няколко основни направления, акцент в които е разкрива-



не на автентичността и кулинарните изкушения или така наречения „гурме туризъм”, несъмнено попадат в тази графа. Обект на изследването е „гурмекултурата”, а предмет на изследването е „гурме туризъм”. Цел на изследването е представяне потенциала на България за развитие на „гурме туризъм”.

„Гурме туризъмът” в момента е едно от най-перспективните течения в туристическата индустрия и придобива световна популярност благодарение на президента на Световната асоциация по кулинарен туризъм. През 2001 година той представя доклад, показващ нарастващия интерес към „гурме туризма” и съдържащ идеи, как кулинарните турове могат да бъдат много полезни за развитието на бизнеса и ресторантьорството на местно ниво.<sup>[6]</sup>

### 1. Какво е „гурме“?

Буквално в превод от френски език „Гурме“ е ценител и познавач на добрата храна и напитки. В този смисъл, думата още може да се срещне и като „гурман”, което носи и смисъла на човек, който обича храната или по точно чревоугодник или лакомник.<sup>[7]</sup>

Думата „гурме” се използва и като прилагателно, описващо изискани ястия приготвени по специален начин, в чието приготвяне са вложени подобрени съставки. Обърнато е и специално внимание на вкусовите им качества, както и изключително старание и творчество при приготвянето и поднасянето им.

Чрез понятието "гурме" се отъждествява кулинарното изкуство на първокласните храна и напитки или висша кухня. Различното в „гурме кухнята” е по-сложното приготвяне и сервиране на ястията както и качествените продукти вложени в ястието. Класическото „гурме меню” се състои от седем различни блюда, за разлика от трисъстенното меню в конвенционалната кухня. Блюдата са малки по обем, но са богати и наситени на вкус, а храненето е продължително и бавно. Ястията са приготвени на пара, печени или задушени и са поднесени с гарнитура от зеленчуци, аранжирани по интересен начин, гарнирани със най-различни сосове и подправки. Не са мазни и тежки, добре балансирани на вкус и приготвени по начин, чрез който съставките се усвояват по – добре от организма. Обикновено това меню е и по - скъпо и се приготвя само от професионални готвачи, за да бъде безупречно, защото ако човек плати за ястия, струващи 150 лв, то те трябва да бъдат перфектни и да не подлежат на забележки от страна на клиента.



С понятието „гурме туризъм“, се означава нишата в туристическия бизнес, която предлага пътувания до различни дестинации, съчетани с дегустации на характерни за региона храни и напитки като вина и сирена.<sup>[6]</sup> Основна целева група са по - висок клас клиенти, които са склонни да пътуват заради подобни преживявания и за които виното и кулинарията са част от начина на живот. Интересен е за всички възрасти, но е най-популярен сред хората над 40-50 години.<sup>[4]</sup>

„Гурме туристите“ не могат да се хранят постоянно и имат нужда и от други атракции и дейности, които да поддържат интереса им. Така обвързването на местния продукт с всички други туристически предложения на определена дестинация води до създаване на туристически маршрути и пакети, които да подобрят познаваемостта както и да увеличат продажбите на района.

Едни от най-често избираните варианти на кулинарни турове, включват посещения на различни ресторанти, кафенета, бистра, където желаещите могат не само да се насладят на храната, но и да се срещнат с готвачите, да участват в различни конференции и събития и да почерпят от опита и идеите на кулинарните майстори, професионални готвачи или автори на готварски книги. В добавка към посещението на най-добрите ресторанти, туристическите пакети предлагат още и други незабравими изживявания като екскурзии до известни винарни и пивоварни, посещение на местни производители на хранителни продукти.<sup>[6]</sup> Чрез това се цели да се образуват и вдъхновят „гурме любителите“ като се запознаят с историята на традиционната кухня на региона и проучат местните кулинарни марки, вкусове и техниките на готвене.

## 2. България и нейният потенциал като „гурме дестинация“

Интересно е да се анализира потенциала в пределите на България като туристическа „гурме дестинация“. Според изследването на чуждестранните туристи в България, добрата кухня е посочена като фактор при избора на дестинация от 72% от анкетиранияте. Това е характеристиката по която България се представя най-силно. Храната и напитките са на трето място след природата и пистите, като им е дадена оценка 4,49 при максимална 5. Храната и напитките са на второ място като фактор, влияещ върху удовлетворението на туриста.<sup>[2]</sup>

Пред този ключов сектор в туризма, възможностите като прилични цени, липсата на такси, каквито има при развити дестинации, са привлекателни за туристите. Разнообразието от заведения за хранене и развлечения, както и новата материално-



техническа база, която е изградена през последните години, допълват списъка от фактори за приятна атмосфера. Чрез насърчителни инициативи като „Вкусна ваканция”, чиято цел е възраждане и популяризиране на българските храни, в емблематични са се превърнали ястия като шопска салатата, кисело мляко, катък, пататник.

Със значителен потенциал се очертават и розовите цветове и продуктите, добили световна слава. Долината на розите край Казанлък дава розовото сладко-любим десерт за ценители. Ракията от цветовете от своя страна също е нестандартен и интересен продукт с голям потенциал, но безспорно като „течно злато” на страната ни може да се посочи - виното.<sup>[1]</sup>

В България вече трайно се заговори за създаване на винен туризъм т.е. пътуване с фокус върху запознаване с традициите на винопроизводството, с уникалността на вината в определен регион или в цялата страна. По време на дегустациите, групите се придружават от енолог или специалист дегустатор. Извършва се пълно изживяване и опознаване на региона. По време на дегустацията наред с вината, присъстват и различни ордьоври, които представят „гурме културата” на региона. В зависимост от момента се насърчава участието на гостите в различни етапи на винопроизводството – бране, мачкане на грозде, измерване на захарните градуси. Български изби печелят в международни и оспорвани надпревари, подготвят се специализирани фестивали, износът също е налице.<sup>[1]</sup> Като ресурсна база могат да се приемат мегасъбитията като “Дефиле на Младото Вино”, “Кулинарната купа” които са събития, тясно специализирани и стимулиращи развитието на вино и „гурме туризма”.<sup>[3]</sup>

Освен дегустациите и специализираните фестивали, друго предложение за „гурме почитателите” са „гурме ресторантите”, предлагащи чудесно съчетание между световна кулинария и български съставки, между изисканост и комфорт, между блясъка на аристократизма и неподражаемия чар на българското село. Те са ситуирани в големите градове: София, Варна, Пловдив, Казанлък като най – много има в София.

### 3. Причини и предпоставки за развитие на „гурме културата”.

Основните **причини** за развитието на „гурме културата” на туристите са:

- **храна**- цели 100% от туристите се хранят. Храненето е една от любимите дейности на туристите, а съвременните туристи, търсещи лукс, се увеличават и те наистина търсят най-доброто. В основата на всичко е любовта към храната и удоволс-



твието да научаваш за храната. Да опознаеш дадена култура по един естествен и вкусно подправен начин;

- **емоция** - гурмето е единственото изкуство, което може да се оцени от човека с петте му възприятия - зрение, звук, аромат, вкус, допир;
- **обединение** - за интересът към местната кухнята нямат значение пол, възраст или етническата принадлежност. Също така се наблюдава растеж на „Мулти - културните“ туристи. Мултикултурализмът е станал част от ежедневието на потребителите, в резултат на имиграцията, глобализацията, интернет, многообразието на специализирани телевизионни канали и неумолимото нарастване на международния туризъм;
- **независимост** - за разлика от други туристически дейности, „гурме кухнята“ не се влияе от времето, достъпна е по всяко време на деня, през цялата година;
- **автентичност** - отхвърляне на "Макдоналдс" и храните тип „фаст фууд“. Туристите все повече отхвърлят храните на ниска цена и масово производство, търсейки местна, свежа и с добро качество кухня, която отразява автентичността на дестинацията. Краят на „макдоналдизацията“ вече е факт в Австралия, където „Старбъкс“ се е провалил, като марката се възприема като скучна и с липса на индивидуалност;
- **популярност** - ролята на известните готвачи в медиите. Появата на телевизионни канали и списания, където знаменит готвач и експерт в своята област готви непознато за зрителя ястие. По този начин готвача, оформя туристически продукти като рекламира определена дестинация. Появата на Гордън Рамзи с "HellsKitchen" или кампаниите на Джейми Оливър за здравословни вечери, задвижват интереса към качеството на храните.

България разполага с потенциал, но усвояването на „гурме културата“ не е ефективно до сега. Трябва да се преодолеят негативните страни начело с обслужването и ниското качество на храните, особено в курортите за морска рекреация. Скандалите с храните с изтекъл срок на годност, натравянията, лошите хигиенни условия, всичко това дава силен отзвук в другите държави като тези факти говорят за слабо качество на продукта. Необходими са безкомпромисно качество, професионализъм, креативност и новаторство.



Гурмето е много повече от едно „добро хапване” и този сегмент е важен детайл от създаването на „бранда България”, като туристически продукт така, както например Франция и Италия се асоциират с кухнята, виното, доброто сервиране. България има своето добро бъдеще, но трябва да се развива в нишите, в които има потенциал и „гурме туровете” са сред тях. Налице са няколко **предпоставки за развитието** на ”гурме туризъм” в България:

- В Закона за туризма е утвърдена концепция за туристическо райониране на България. Обособени са 9 туристически района, които са достатъчно големи, за да бъдат ясно разпознаваеми на туристическата карта и достатъчно малки, за да бъдат управлявани ефективно. Така на практика всеки район може да промотира алтернативни форми, включително и кулинарния и гурме туризъм, наред с масовия в съответната територия. *Регионалното разнообразие* се явява добра възможност за популяризиране на дестинацията и страната като цяло. <sup>[5]</sup>
- България има хилядолетна традиция във **винопроизводството**, започнало още в тракийско време по днешните български земи и разполага с шест уникални, автентични български сортове – Широкомелнишкалоза, Мавруд, Гъмза, Червенмискет, Памид и Димят.
- Разгръща се **медийна стратегия** на „гурмекултурата” в България, като издателство “Гурме” издава списание “Бакхус”, чийто приоритет е създаване и утвърждаване на културата на консумация. Всеки месец списанието предлага на ценителите на хубавите напитки и на добрата храна, различни теми от света на виното, кулинарията, сервитьорството, елегантните аксесоари и добрите обноски. Българската хотелско-ресторантьорска асоциация, провежда ежегодна класация и раздава награди на ресторанти с най-висока „гурмекултура”. <sup>[1]</sup>
- В процес е проучването и популяризирането на *опита на световните готвачи и предприемачи* и прилагането им в България. В хотел “Aliance” в Пловдив е открит ресторант енотека, в който се предлагат над 180 български и вносни вина с амбицията да се обогатят познанията на дилетантите и да се удовлетворят вкусовете на ценителите. С вината се предлагат креативно приготвени красиво аранжирани блюда, които задоволят ценителите на кулинарната естетика. <sup>[1]</sup>

Но въпреки огромните ресурси на България да развива „гурме туризъм”, както и на международно ниво, този туризъм е много слабо развит и ниско-конкурентоспосо-



бен в сравнение с пазарите в Гърция, Италия, Франция, Чехия, Австрия и дори Германия. Една от причините е, че виненият и „гурме туризъм“ е за по-опитни като сетивно възприятие и с различен стил на живот потребители, към които не трябва да се подхожда като към масов турист. За това е важно е да се различи целевият профил на туриста – различен от „масовия турист“. Той е познавач, ценител и почитател на виното, любител на насладата, веселието и удоволствието от храната. Той е търсач на ново, уникално, качествено и различно от ежедневно преживяване свързано с характерната му винената и „гурме култура“.<sup>[3]</sup>

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гурмето е най-развиващата се насока в туризма и е вик срещу вредната и не здравословна храна, която ни заобикаля. Днес „гурме културата“ не е екзотика, а е част от полезното хранене и затова е свързана както с националната кулинарна специфика, така и с европейските стандарти. През годините туристите стават по-образовани по отношение на храната и търсят начини да обогатят впечатленията си от туристическото място чрез предлаганите там ястия и вина. Повечето чуждестранни туристи посещаващи дадена страна, предпочитат по време на престоя си освен да научат нещо за културата, да опитат и местната кухня. „Гурме ентусиастите“, чрез кулинарните турове и състезания, дегустациите на храни и вина, имат възможността да откриват постоянно нови вкусове, като изследват местните кулинарни традиции. Независимо дали е в съчетание с дегустация на характерни за региона храни и вина или със запознаване с нови готварски техники, „гурме приключението“ може да се разглежда като един нов вариант на стандартните и развити туристически маршрути в България.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Георгиева, Доклад на тема: ГУРМЕКУЛТУРАТА И ВРЪЗКИТЕ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА В ТУРИЗМА, БСУ, 2010
2. <http://brain-workshop.org/>
3. <http://plovdiv.bg/>
4. <http://horemag.bg/>
5. <http://www.tourism.government.bg/>
6. <http://villa-marciana.com/>
7. <http://wikipedia.bg>



## РОЛЯТА НА БЪЛГАРИЯ В МЕЖДУНАРОДНИТЕ ИНВЕСТИЦИОННИ ПРОЕКТИ

### THE ROLE OF BULGARIA IN THE INTERNATIONAL INVESTMENT PROJECTS

**Виктория Пенева**

**Еванета Ефтимова**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански факултет

e-mail: [viktoriaa@mail.bg](mailto:viktoriaa@mail.bg)

#### **Abstract**

*The economy of Bulgaria functions on the principles of the free market, having a large private sector and a smaller public one. Bulgaria is an industrialized upper-middle-income country according to the World Bank. We can make a point of last decade of Bulgarians development. Bulgaria has been one of the fastest growing Eastern European economies. It is a member of the European Union since 2007.*

**Keywords:** foreign investments, Europe, economy of Bulgaria, investment environment.

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Чуждестранните преки инвестиции са показатели за оценка на инвестиционната среда, а по своята същност са финансови средства, вложени за закупуване на ДМА, патенти, търговски марки, know how, ценни книжа, реконструкция и разширяване на съществуващи ДМА и др.

Страната ни провежда политика на отворени врати за чуждестранните инвестиции, тъй като те са свързани с трансфериране на иновации, знания и опит. Също така допринасят за нарастване на производството, конкурентоспособността, заетостта на работната сила, нейната квалификация, жизнения стандарт.

#### **ИЗЛОЖЕНИЕ**

Първо ще разгледаме факторите, които стимулират чуждите инвестиции в България. Насочеността и стабилността на инвестициите зависят от глобалните тенденции и от инвестиционния климат в страната, към която са насочени, а именно България. От съществено значение са конкретните социално-икономически, административно-юридически и организационно-управленски предпоставки в страната като: БВП; покупателна способност на населението; способност на правителството да регулира ЧПИ чрез предоставяне на възможност на чуждестранния инвеститор за достъп до пазара, за възвръщаемост на инвестирания капитал, за лоялна конкуренция, за лесно обръщане на



валутата от един вид в друг и др. А също и членството на България в НАТО и ЕС, което предизвиква по-голямо доверие и интерес сред чуждестранните инвеститори.

Основните фактори за привличане на инвестиции в страната ни са:

- ✓ устойчиво развитие на страната и региона
- ✓ наличието на развит пазар и добър инвестиционен климат
- ✓ наличието на природни и човешки ресурси
- ✓ развити транспортна, логистична и телекомуникационна инфраструктура
- ✓ макроикономическа стабилност, поддържана от стабилни валутни курсове и нисък темп на инфлация
- ✓ потенциал за ръст на производителността
- ✓ пълна отвореност за ЧПИ
- ✓ конкурентна цена на работната сила и по-ниски производствени разходи
- ✓ стратегическо географско положение

Второ, ще разгледаме факторите, ограничаващи чуждите инвестиции в България. Безспорен фактор, ограничаващ ЧПИ не само в България, а и по целия свят, е глобалната криза. В момента обаче в България са налице множество критерии, по които страната ни изостава и губи доверие на важни инвеститори. У нас инвеститорите срещат редица препятствия като например:

- ✓ тежки регулаторни и лицензионни режими
- ✓ недостатъчно гъвкав пазар на труда
- ✓ недобри антикорупционни мерки
- ✓ сложна бюрократична система
- ✓ обременителни тарифни и митнически бариери

Мерките, които могат да бъдат предприети за привличане на чуждестранни инвестиции, са:

- ✓ промени в съдебната и административната система
- ✓ уеднаквяване на българското законодателство с това на Европа
- ✓ намаляване на престъпността и корупцията

Най-общо, на страната ни ѝ е необходима политика, преследваща силно ускорени темпове на икономически растеж с цел преодоляване на пропастта, която ни разделя от повечето развити европейски държави.



Влиянието на чуждите инвестиции за повишаване на конкурентоспособността на българската икономика се дефинира в следните приоритетни сектора: селско и горско стопанство, туризъм, информационни и комуникационни технологии (ИКТ) и енергетика.

Инвестициите в селското и горското стопанство през последните години обаче представляват много нисък процент от общите инвестиции в страната. Обезпокояваща е тенденцията на спад. Друг сектор, в който страната ни има сериозни перспективи, е туризмът, в който през последните години се инвестира значително повече. Основните пречки пред този сектор са ниските работни заплати, сезонната заетост и големият дял от отрасъла, попадащ в „сивата“ икономика. ИКТ е бързо развиващ се сектор не само в Европа, но и у нас. Страната ни представлява интерес за чуждите инвеститори в този сектор не само предвид високото ниво на технологична експертиза, а и предвид по-ниските разходи за разработка и предоставяне на комплексни услуги от страна на софтуерните фирми. Сред приоритетните отрасли на българската икономика е и енергетиката. Безспорно България все е още силен енергиен център в Европа, предвид географското си положение. Страната ни обаче закъснява с демонополизацията и модернизацията на този сектор.

Влиянието на преките чужди инвестиции се свежда не само до преките финансови потоци, но и до капиталовия ефект от трансфера на технологии, know how и други активи на международния бизнес.

Чуждите преки инвестиции съдействат за:

- ✓ реструктуриране на производството
- ✓ широко въвеждане на иновации
- ✓ прилагане на ефективни системи на управление и маркетинг
- ✓ засилване на връзките между местните производители и чуждите компании
- ✓ снижаване на производствената стойност и повишаване качеството на продукцията
- ✓ развитие на предприемачеството
- ✓ заменяне на вноса с местно производство
- ✓ нарастване на износа на висококачествени стоки



Праз последните години страната ни се стреми не толкова към обема на инвестициите, а качеството на инвеститорите и техния капацитет да създават бизнес с висок експортен потенциал, високо платени работни места и силни български марки.

Във Фигура 1 са посочени преките инвестиции в страната за януари – декември 2015 г., отчетени съгласно принципа на първоначалната посока на инвестицията, възлизат на 1575,1 млн. евро (3,5% от БВП), като са по-високи с 289,8 млн. евро (22,5%) спрямо януари – декември 2014г. (1285, 4 млн. евро; 3% от БВП).

Преките инвестиции в чужбина за януари – декември 2015 г. възлизат на 64,9 млн. евро, при 449,4 млн. евро за януари – декември 2014 г.

	2014 г.					2015 г.					2015 г./2014 г.		
	I трим.	II трим.	III трим.	ноември	декември	ян.-дек.	I трим.	II трим.	III трим.	ноември		декември	ян.-дек.
Прехи инвестиции, нето	-266.9	-188.3	111.5	-248.3	-49.0	-536.0	-600.3	-338.5	-392.9	-73.3	32.7	-1510.2	-674.3
Прехи инвестиции в чужбина*	127.0	213.8	187.5	-29.6	20.0	449.4	30.5	11.1	-65.2	49.3	39.5	64.9	-384.5
Дялов капитал	15.8	49.9	158.0	-1.9	3.9	222.8	19.4	26.9	23.7	6.9	5.7	88.5	-134.3
Реинвестиране на печалба	0.7	0.7	-9.9	-23.2	-2.6	-37.1	-15.9	1.4	-2.3	0.0	0.0	-16.8	20.3
Дългови инструменти	110.5	163.2	39.5	-4.4	18.7	263.7	27.0	-17.3	-86.6	42.5	33.8	-6.8	-270.6
Прехи инвестиции в страната	393.8	402.2	76.0	218.8	69.0	1285.4	630.8	349.6	327.7	122.6	6.9	1575.1	289.8
Дялов капитал	101.1	4.6	291.2	50.3	95.1	577.2	95.2	-32.0	875.9	44.9	119.8	1133.6	556.3
Реинвестиране на печалба	42.2	38.8	45.8	13.4	13.4	167.1	214.6	234.3	141.8	17.8	17.8	644.1	477.0
Дългови инструменти	250.5	358.8	-261.0	155.1	-39.5	541.0	321.1	147.3	-690.0	59.9	-130.8	-202.5	-743.6

Фиг. 1. Преките инвестиции в страната за 2014 – 2015г.

Дяловият капитал (преведени/изтеглени парични вноски в/от капитала и резервите на български дружества, както и постъпления/плащания по сделки с недвижими имоти в страната) възлиза на 1133,6 млн. евро за януари - декември 2015 г. Той е по-голям с 556,3 млн. евро (96,4%) от дяловия капитал, привлечен през същия период на 2014 г. (577,2 млн. евро).

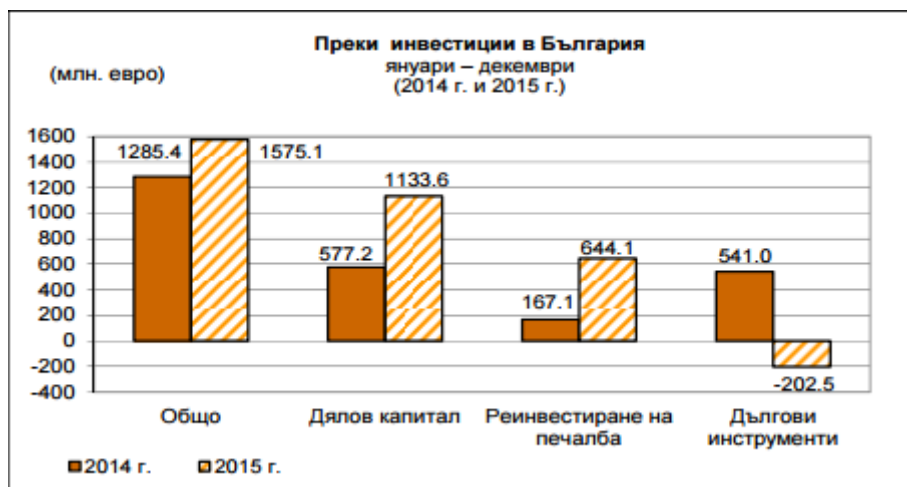
Постъпленията от инвестиции на чуждестранни лица в недвижими имоти са 72,5 млн. евро, при 119,9 млн. евро за януари – декември 2014 г. По страни, най-голям дял в инвестициите в недвижими имоти имат Русия – 27,1 млн. евро (37,5% от общия размер за периода) и Лихтенщайн – 14,9 млн. евро (20,6%).

Реинвестиране на печалбата, показваща дела на чуждестранните инвеститори в текущата печалба или загуба на дружеството, намалена с изплатените дивиденди, възлиза на 644,1 млн. евро за януари – декември 2015 г., при 167,1 млн. евро за същия период на 2014 г.

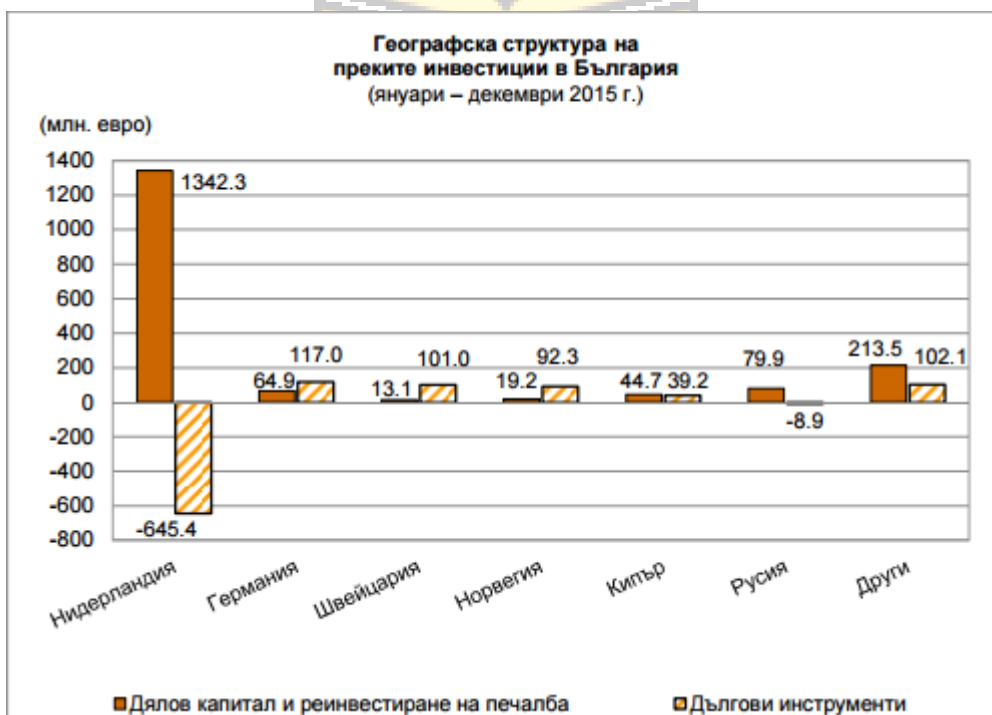
За януари – декември 2015 г. Дълговите инструменти (промяната в нетните задължения между дружествата с чуждестранно участие и преките чуждестранни инвеститори по финансови, облигационни и търговски кредити) са отрицателни, в размер на



202,5 млн. евро, при положителна стойност от 541 млн. евро за януари – декември 2014г.



Фиг. 2. Преки инвестиции в страната по компоненти за 2014 – 2015г.



Фиг. 3. Географска структура на преки инвестиции в страната за 2015г.

От Фигура 3 е видна географската структура на преки инвестиции в страната. Най-големите преки инвестиции в страната за януари – декември 2015 г. са от Нидерландия (696,9 млн. евро). Това е трайна тенденция и се обяснява с това, че в Нидерлан-



дия има правна форма, наречена В. В., и всички компании под такава регистрация на практика са офшорни. Собствениците на много от големите български фирми са регистрирани именно под тази форма заради данъчните облекчения. Други страни, откъдето основно идват инвестиции в България, са Швейцария, Норвегия, Кипър и Русия. За сметка на това за периода се вижда нетен отлив на инвестиции от Германия. Изтеглянето на инвестиции е под формата на дългови инструменти, което означава, че немски фирми са си върнали кредити, които са отпуснали преди на свои дъщерни дружества в България.

Динамиката на преките чуждестранни инвестиции в България през периода 1996 – 2014 г., показани на Фигура 4 възлизат на 43,7 млрд. евро. В условията на хиперинфлация и криза в реалния сектор между 1996 – 1999 г. чуждите инвестиции бяха минимални. Преките чуждестранни инвестиции надхвърлиха 1 млрд. евро едва след стабилизирането на икономиката през 2000 г. Интересът към България като инвестиционна дестинация достига своя пик в периода 2006 – 2008 г., като над 50% от всички преки чуждестранни инвестиции за целия период 1996 – 2014 г. са направени в периода 2005 – 2008 г. В периода след настъпването на глобалната финансова криза, притокът на чужди капитали към страната ни се сви съществено. В периода 2010 – 2014 г. чуждите инвестиции възлизат на малко над 1 млрд. евро годишно.



Фиг. 4. Преки чуждестранни инвестиции в страната за периода 1996- 2014г.



Присъединяването на България към ЕС увеличи значително интереса на международните институционални инвеститори към нея. Чуждите инвеститори използват както потенциала на вътрешния пазар чрез инвестиции в строителство, недвижими имоти, търговия, така и експортния потенциал на страната чрез инвестиции в експортно-ориентирани индустриални предприятия. Като абсолютен връх на инвестиционния интерес към България се посочва 2007 г., когато преките чуждестранни инвестиции надхвърляха 1 600 щ. д. на човек от населението. След настъпването на глобалната криза обаче интересът на чуждите инвеститори към България намаля значително, като през 2013 г. чуждите инвестиции в България паднаха до 200 щ. д. на човек от населението.

Във Фигура 5 се вижда разпределението на преките чуждестранни инвестиции в България по икономически сектори за периода 1996 – 2014 г. Около 25% от всички преки чужди инвестиции в България за периода 1996 – 2014 г. са вложени в строителство и недвижими имоти, в които са инвестирани общо 10,8 млрд. евро. На второ място като притегателен център за чуждите инвеститори е индустрията. В добивната и преработващата промишленост са инвестирани общо 8,8 млрд. евро или 20% от всички преки чужди инвестиции за годините след 1996 г. Финансовият сектор е успял да привлече 7,7 млрд. евро или 18% от всички чужди капитали за изследвания период, което го поставя на трето място по привлекателност след строителството и индустрията. Около 15% от чуждите капитали са предназначени за фирми, занимаващи се с търговия, в които са инвестирани 6,7 млрд. евро. Във фирми, предоставящи комунални услуги са инвестирани 10% от постъпилите финансови средства или 4,2 млрд. евро. Бизнесът, занимаващ се с транспорт, складиране и съобщения привлича 4% от чуждите инвестиции за целия период след 1996 г., а в хотели и ресторанти са вложени 900 млн. евро или 2% от всички чужди капитали в периода.

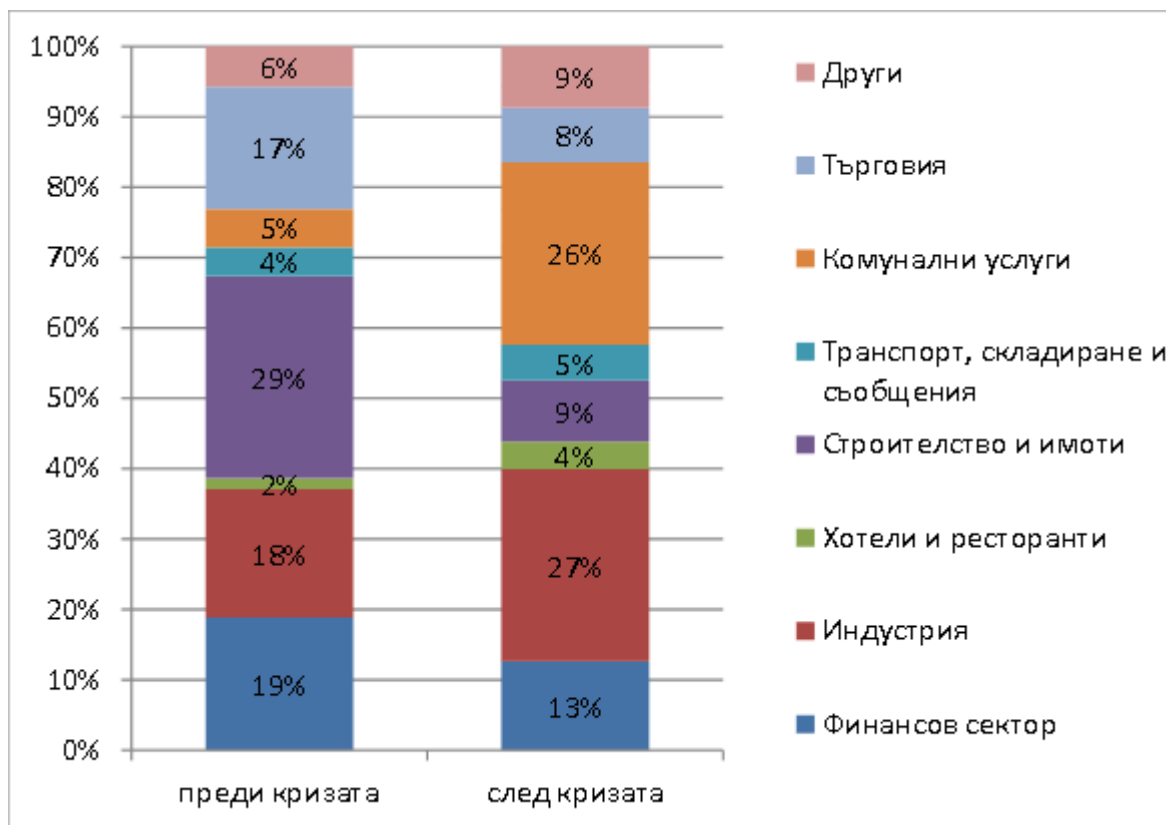




Фиг.5. Разпределение на преките чуждестранни инвестиции в България по икономически сектори 1996- 2014г.

Фигура 6 показва разпределение на преките чуждестранни инвестиции в България по икономически сектори „преди“ и „след“ кризата. В периода след кризата относително по-малко чужди инвестиции се насочват към фирми в търговията, строителството, имотите и финансовия сектор в сравнение с периода преди настъпването на кризата (близо 29% от чуждите инвестиции в периода 1998 – 2008 г. са били насочени в сектора на строителството и недвижимите имоти в сравнение с 9% в периода 2008 – 2014 г.). За сметка на това се увеличава делът на инвестициите в индустрията, концентрирайки 27% от привлечения капитал след 2009 г., комуналните услуги, хотелите и ресторантите, както и фирмите, занимаващи се с транспорт, складиране и съобщения.





Фиг. 6. Периодът „преди кризата“ обхваща 1998 – 2008 г., а „след кризата“ обхваща 2009 – 2014 г.

Фигура 7 показва преките чуждестранни инвестиции в България по източници за периода 1996 – 2014 г. Най-големите източници на преки инвестиции в България са Нидерландия (16%), Австрия (14%), Гърция (8%), Великобритания (6%) и Германия (6%). Оказва се, че страните в еврозоната освен основен търговски партньор на България са и водещият чуждестранен инвеститор в българската икономика.





	в млн. евро			структура (%)		
	1996-2008	2009-2014	общо	1996-2008	2009-2014	общо
<b>Общо</b>	<b>34905</b>	<b>8795</b>	<b>43700</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Нидерландия	3584	3440	7023	10%	39%	16%
Австрия	5524	421	5945	16%	5%	14%
Гърция	3387	194	3581	10%	2%	8%
Великобритания	2886	-281	2605	8%	-3%	6%
Германия	2227	191	2417	6%	2%	6%
Кипър	1769	335	2104	5%	4%	5%
Русия	947	1015	1962	3%	12%	4%
Швейцария	1020	603	1623	3%	7%	4%
САЩ	1271	334	1605	4%	4%	4%
Италия	1135	354	1489	3%	4%	3%
Чехия	946	417	1363	3%	5%	3%
Унгария	1172	187	1359	3%	2%	3%
Франция	759	526	1285	2%	6%	3%
Белгия	573	467	1039	2%	5%	2%
Испания	975	-102	873	3%	-1%	2%

Фиг. 7. Преки чуждестранни инвестиции в България по източници

Нека разгледаме и обема на българските инвестиции, който е в пъти по-малък в сравнение с притока на капитали в нашата страна.

За последните десет години 51% от българските инвестиции зад граница са отишли в страни членки на ЕС. Други 25% са инвестирани в държави от региона от Централна и Източна Европа, които не са членки на ЕС. Близо 9% са инвестициите в други страни като САЩ, Швейцария, Индия и Китай.

Разбивка по страни показва, че за последните десет години в рамките на ЕС страната е инвестирала най-много в следните пет държави – Италия (185 млн. евро), Румъния (177 млн. евро), Люксембург (95 млн. евро), Германия (86 млн. евро) и Великобритания (77,6 млн. евро).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Преките чуждестранни инвестиции са изключително важни за икономиката на дадена страна. Често се приемат като „универсално лекарство“ срещу огромния дефицит в платежния баланс. Те спомагат за влизане на капитали, ресурси, производствени мощности и know how в страната, където се инвестира; за разкриване на повече и по-добри работни места.

През последните години настъпват значителни промени в състоянието на националната икономика – преразпределя се пазарът на банковите услуги, въвеждат се международни стандарти за финансови отчети, стартират и се развиват дружества със спе-



циална инвестиционна цел, ускорено се развива пазарът на недвижими имоти. Все по-голям брой чуждестранни инвеститори инвестират в бизнес центрове, логистични и индустриални паркове.

## ЛИТЕРАТУРА

[1] <http://www.bnb.bg/>

[2] <http://www.iwatchbulgaria.com/>

[3] <http://investbg.government.bg/bg>





ВТУ “Св. св. Кирил и Методий”  
Стопански факултет



Българска академия на науките  
Институт за икономически изследвания



ВТУ “Св. св. Кирил и Методий”  
Стопански факултет



Българска академия на науките  
Институт за икономически изследвания

## ОСОБЕННОСТИ НА ВАЛУТНИТЕ НАРУШЕНИЯ

### SPECIFICS OF CURRENCY OFFENSES

Виктория Петрова, специалност „Счетоводство и контрол“, втори курс

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“

e-mail: [vpetrova\\_27@abv.bg](mailto:vpetrova_27@abv.bg)

#### Abstract

*Nowadays one of most actual topics of in the economy is the subject of ongoing currency violations and currency crimes and matters relating to their disclosure, the measures taken to remedy them, penalties and sanctions for persons do them. The introduction of a specific currency controls on multifarious transactions and actions with currency values or property under currency controls warrants to talk about currency crimes or offenses in analyzing the prohibited by currency control events.*

**Keywords:** currency offenses, currency crime, currency controls, current, economy

В днешно време една от най-актуалните теми в икономиката е темата за извършващите се валутни нарушения и валутни престъпления, както и въпросите, свързани с тяхното разкриване, мерките които се вземат за тяхното отстраняване, наказанията и санкциите за извършващите ги лица. В основата на валутната политика на Република България е Валутният монопол. В негова защита са създадени различни по вид правни разпоредби. Нарушаването им поражда съответна отговорност, която бива предимно наказателна или административна. Затова в някои случаи при нарушаването на валутните разпоредби се стига до имуществена санкция. Въвеждането на конкретен валутен контрол върху разнородните сделки и действия с валутни ценности или с имущество под валутен контрол дава основание да се говори за валутни престъпления или за валутни нарушения, при извършването на анализ на забранените от валутния контрол прояви. Ако за определена категория сделки или действия не е установен съответен режим, то не би могло да има валутно деяние, което да го нарушава или заобикаля. Следователно няма валутно престъпление или валутно нарушение.

Валутни престъпления и валутни нарушения могат да се извършват в пределите на страната, чужбина или по границите на страната. Различните валутни разпоредби важат за валутните ценности и за имуществото под валутен контрол в зависимост от



мястото, на което те стават предмет на валутни престъпления и на валутни нарушения. С оглед на това се пораждат и съществуват различни задължения и правни възможности за отделните субекти на валутните деяния, които могат да бъдат както местни така и чуждестранни лица. При уточняване на различните състави на валутни престъпления и валутни нарушения, а също и на техните специфични признаци, често възникват проблеми при определянето на субектите и мястото на извършване на съответното валутно престъпление или нарушение. Валутно престъпление е на лице, когато има основание за търсене на наказателна отговорност. Съгласно чл.251 ал. 1 и 2 от Наказателния Кодекс, който наруши разпоредбата на закон, на акт на Министерския съвет или на обнародван акт на БНБ относно режима на сделките, вноса, износа или други действия с валутни ценности или задълженията за тяхното деклариране и стойността на предмета е в особено големи размери се наказва с лишаване от свобода до 6 години или глоба в размер на двойната сума на предмета на престъплението.

Предметът на престъплението се отнема в полза на държавата, а когато липсва или е отчужден, присъжда се неговата равностойност. Наказателния Кодекс предвижда също и за извършването по занятие на банкови и застрахователни и други финансови сделки, за които се изискват съответни разрешения, наказанието да е лишаване от свобода от 3 до 5 години и конфискация на  $\frac{1}{2}$  от имуществото на дееца.

Валутните контролни органи предлагат различни средства за въздействие, които могат да се обособят в две основни групи: принудителни административни мерки и мерки за насърчаване и поощрение. Принудителните административни мерки могат да се групират от своя страна в 3 подгрупи, съобразно същността им и непосредственото им предназначение:

- Превантивни принудителни административни мерки – към тях се отнасят: пломбиране и запечатване на помещения, транспортни средства и други; задържане на международни влакове и въздухоплавателни средства след часа за разписанието за тяхното пътуване; издаване на разрешения, откази, забрани и други.
- Преустановителни принудителни административни мерки – към тях се отнасят: претърсване; личен преглед (обиск); задържане на валутни ценности и на имущества под валутен контрол и други.



➤ Възстановителни принудителни административни мерки – към тях се отнасят: задължителни указания; изземване на валутни ценности и на имущество под валутен контрол, които са предмет на нарушения и други.

Административни нарушения, свързани с вноса и износа на чуждестранна валута и български левове в наличност, също представляват валутни нарушения и престъпления. За да бъдат действията по внос и износ на чуждестранна валута в наличност законосъобразни, валутния закон поставя няколко условия: декларира се внос или износ на суми над 5000 лв. или тяхната равностойност в чуждестранна валута; при внос или износ на суми над 25 000лв. или тяхната равностойност в чуждестранна валута, субектът е длъжен да декларира писмено техният произход, както и да удостовери, че няма просрочени публични задължения; чуждестранни граждани декларират само размера и вида на паричните средства, ако техният размер не надвишава внесената и декларираната валута при влизането на територията на страната; не може да се изнася или внася чуждестранна валута или български левове чрез пощенски пратки. При тяхното изпълнение, ако не се засяга значим обществен интерес, се стига до извършването на административно нарушение. Налаганите наказания са глоба или имуществена санкция. Целият административно – наказателен процес се води от министъра на финансите или от упълномощено от него длъжностно лице.

Административни нарушения, свързани с извършването на дейност на регистриран субект като обменно бюро или финансова къща също представляват валутни нарушения и престъпления. За да се осъществява дейност по занятие като обменно бюро или финансова къща, законът поставя като условия: това да са само търговци, което предполага задължителна регистрация по Търговският Закон, Законът за кооперациите или Законът за банките. Те трябва да са вписани в специален публичен регистър, който се води по отделно за дейността като обменно бюро и тази на финансова къща. Дейността на тези небанкови финансови институции се регламентира както от валутният закон, така и от множество подзаконовни нормативни актове на министъра на финансите и прецедателят на Управителният Съвет на БНБ. Тяхното нарушаване, ако е само административно нарушение, се санкционира с налагане на глоби и имуществени санкции, на основания на разпоредбите на валутния закон.

В днешно време зачестяват все повече и повече нарушенията, свързани с фалшификацията на банкноти и монети. Фалшифицирането на пари е започнало от както те са били въведени в обръщение. Прилагат се различни начини за фалшифициране на



банкноти и монети. Тяхното изпълнение с всяка изминала година става все по-добро, а изпълнителите все по-опитни и по-нахотчиви. Поради тази причина е необходимо и нормативната уредба, регламентираща санкциите при извършване на такива нарушения и престъпления да бъде адекватна. Съгласно чл.243 от Наказателния Кодекс за лицата, които изготвят неистински или преправят истински парични знаци, които се пласират в страната или чужбина е предвидено наказание лишаване от свобода за срок от 5 до 15 години. Същото наказание се предвижда и за лицата, които подправят таксови или пощенски марки, облигации, ценни книжа и други.

Освен това Наказателния Кодекс предвижда наказания освен за физическите извършители на фалшификацията, а така също и за лицата, които приемат подправени парични или други знаци, и след като узнаят че са такива, съзнателно ги прокарват в обръщение като истински. Наказанието тук е лишаване от свобода от 1 до 3 години и глоба до 1000 лева.

В днешно време стават все по-актуални и придобиват значително големи размери нарушенията, свързани с така нареченото изпиране на пари. Тези нарушения, както пряко, така и косвено оказват влияние върху валутния режим на страната. През 1998г. е приет закон за мерките срещу изпирането на пари. Този закон е един от новите в съвременното законодателство на нашата страна. С него се определят не само мерките срещу изпирането на пари, но и организацията, съответно органите, които следва да ги реализират, както и контролират в това отношение, с оглед предотвратяване и разкриване на действия с такава цел. Изпирането на пари става под различна форма и чрез използването на различни начини. Общото между тях е това, че изпирането на пари намира израз в действия, чрез които парични средства или друго имущество, станали притежание на дадено ФЛ или ЮЛ, чрез или по повод на престъпление, се въвеждат в стопанският оборот, а резултата от използването им се отчита счетоводно и се облага със съответните данъци. Счита се, че изпиране на пари е на лице в следните случаи:

- При преобразуване или прехвърляне на имущество, придобито чрез или по повод на престъпление;
- Подпомагане на лице, което е участвало в осъществяване на първоначалното престъпление;
- При укриване или покриване на източника, местоположението, разпореждането, движението и правата върху имуществото придобито чрез или по повод на престъпление;



➤ При придобиване, притежаване или използване на имущество от лица, което знае, че е придобито чрез престъпление.

Срещу изпирането на пари и срещу действия водещи до това се възлагат на различни органи: банкови и небанкови финансови институции, застрахователни компании, инвестиционни дружества и посредници, борси и борсови посредници, пощенските служби, нотариусите и други органи и организации. Органите и организациите на които се възлага да провеждат мерки срещу изпирането на пари, създават специализирани служби, които: събират, обработват, съхраняват и разкриват информация за конкретните операции и сделки; събират информация относно собствеността на имуществото, което подлежи на трансфер; изискват сведения за произхода на паричните средства или ценности, които са предмет на операции и сделки за изпиране на пари; събират информация за своите клиенти и поддържат точна и подробна документация за операциите, които извършват с парични средства и ценности. При установяване или при съмнение за изпиране на пари информацията се предава на Бюрото за финансово разузнаване преди извършването на операцията или сделката. А в случаите, когато забавянето на операцията или сделката е невъзможно и ако това стане, може да попречи за разкриването на действия по изпирането на пари. Бюрото за финансово разузнаване се уведомява незабавно след извършване на съответната операция или сделка. Органите и организациите на които със закон е възложено разкриването и предотвратяването на действия, насочени към изпиране на пари, са длъжни да разработят и приемат вътрешни правила за контрол. Тези правила се отвърждават от министъра на финансите. Бюрото за финансово разузнаване е специализирано звено-дирекция в състава на министерството на финансите. Основната му задача е съхраняване, проучване, обработване и разкриване на информацията свързана с прилагането на закона за мерки срещу изпирането на пари. В структурно отношение БФР се състои от два отдела – „Информация и анализи” и „Координация и контрол”. На първия отдел е възложено да организира и участва в обучението и подготовката на лицата, провеждащи мерки срещу изпирането на пари, както и създаването и поддържането на компютърна инфраструктура на БФР. Задачите на другия отдел – „Координация и контрол”, са главно следните: да осигурява координация на връзките на Бюрото за финансово разузнаване и институциите на Съвета на Европа, Европейския съюз, Финансово-разузнавателните звена на другите държави, както и с други международни правителствени и неправителствени организации, участващи в дейности и мерки противодействащи на прането на пари; да обменя информа-



ция по случаи и съмнения за изпиране на пари с финансово-разузнавателни звена и органи на други държави при условията и реда, регламентиран в двустранни и многостранни международни спогодби; да координира дейността на териториалните подразделения на БФР, а също така и да извършва координация с правоохранителните и правозащитни органи.

### **Мерки и предложения**

Контролът за изпълнение на задълженията и съставянето на констативни актове за допуснатите нарушения се извършва от вътрешно звено на Бюрото за финансово разузнаване. Въз основа на това съставя доклади, съдържащи анализ на констатираните нарушения и предложения за мерките, които следва да бъдат предприети за предотвратяване на бъдещи нарушения, а за отделните нарушения изготвя проект за наказателно постановление. За да повиши ефективността и резултативността от работата на БФР свързана с разкриване и предотвратяване на нарушения и престъпления произтичащи от изпирането на мръсни пари бяха предприети редица мерки и действия свързани с изменения и допълнения на нормативната уредба регламентираща мерките срещу изпирането на пари. Най-важното и най-същественото в предприетите изменения е свързано с ограничаване на банковата тайна. БФР трябва да може да получава по негово искане информация от търговски банки относно банковите операции и сделки на клиенти, когато в бюрото има сведение и съмнения, че с тези сделки и операции се извършва пране на пари. В този случай търговските банки не могат да отказват предоставянето на исканата информация по съображения за служебна, банкова или търговска тайна. Търговската банка е длъжна да предостави исканата от БФР информация в срок, определен от него. Информацията по обхват, вид на сделките и периода, за който се отнася се определят от БФР по негова преценка.

Предлага се също директорът на БФР да има право да предлага на министъра на финансите да разпреди спиране на всяка банкова операция в срок от 3 работни дни при съмнение, че с тази операция се извършва пране на пари. Тези банкови операции могат да произтичат от различни по вид сделки като: задгранични преводи и плащания във валута, покупко-продажба на имоти, застрахователни сделки, внос и износ и други. Ако в срок от 3 дни не бъде наложен заповед, възбрана или друга превантивна мярка, наложената забрана за осъществяване на съответната банкова операция се отменя. От тези действия обаче могат да възникнат негативни финансово-икономически и други последици за фирмите и лицата чиито банкови сделки и операции са спрени поради съмне-



ния, че с тях се перат пари, които в последствие се оказали неверни. Липсва нормативна постановка, задължаваща държавния орган да възмезди потърпевщата от неговите действия фирма. Принципът на равнопоставеността се нарушава, а това е предпоставка за произвол и за косвена намеса в пазарните отношения.

С измененията и допълненията на Закона за мерките срещу изпирането на пари се разширява кръгът на лицата, които са длъжни да предоставят информация за операции и сделки, когато има съмнение, че чрез тях се изпират пари, а именно такива са: търговците с моторни превозни средства, бижутерите, спортните организации и митническите органи, както и Централният депозитар.

Друго предложение е, банките, обменните бюра и финансовите къщи да бъдат длъжни да събират информация за всяка обмяна на валута на сума над 10000 лева, а не както беше до сега на сума над 30000 лева. Досега информацията за сделките и операциите чрез които се изпират пари, се предоставяше на БФР от ръководителите на органите, които я събират при осъществяване на своята дейност, или от създадените към тях специализирани звена за мерки срещу изпирането на пари. Предлага се в бъдеще това да правят и отделните служители, като им се гарантира анонимност. Това от своя страна би могло да доведе до редица негативни последици, като – проява на произво, субективизъм, клевета от страна на работещите органи в звена и ведомства, които са задължени със закона да събират, съхраняват и предоставят информация за сделки и операции, за които има съмнения, че се изпират пари. Една от главните задачи на БФР трябва да е свързана с неговото активно участие в разбиването на престъпни организации занимаващи се с незаконен внос на капитали и различни ценности натрупани в резултат на извършени престъпления и нарушения, от които най-често срещани са – неизплатени данъци, акцизи, митнически сборове, нарушения спрямо валутния режим на страната и други.

В заключение може да се каже, че винаги и навсякъде, където действа българският валутен монопол, могат да бъдат извършени разнообразни валутни престъпления и нарушения, а това значи че ако липсва правнорегулиращ ход на валутния монопол не е възможно да се извърши валутно нарушение. Именно тази идея заляга във валутния закон, който отмени Закона за сделки с валутни ценности и валутен контрол, с които в значителна степен бе завишен валутния монопол на държавата. Във втори член от валутния закон се регламентира, че ако в закона не е предвидено друго, всички сделки и плащания между местни и чуждестранни лица се извършват свободно. Възприет е



принципът да се регламентират конкретни изисквания, ред и условия за извършване на определен кръг от сделки, плащания и действия, а всички останали да се извършват свободно, т.е. щом липсват разпоредби не биха могли да са на лице и нарушения.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Наказателен Кодекс
2. Валутен закон-в сила от 01.01.2000г.
3. Кирев А. „Наръчник на митническия служител” - изд. „Сиела”
4. Савчев С. „Валутни нарушения – състояние и възможности за въздействие”





## ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА, ПОЛЗИ И ПРОБЛЕМИ ПРИ РАЗВИТИЕТО НА СЕЛСКИ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ.

### CHALLENGES, BENEFITS AND PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN BULGARIA

**Дарина Йорданова**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, гр. Велико Търново  
Стопански факултет, IV курс Туризъм, Ф№Т-539  
email: [darinayordanova3@gmail.com](mailto:darinayordanova3@gmail.com)

#### **Abstract**

*This report is meant to present the opportunities that rural tourism provides to the society. It will show you some future aspect, EU is trying to reach in the next 10 years, in social and ecological ways. There are many funding programs that will help you improve your technological base and make it safer and better for rural tourism. It is very important to understand how to keep our historical and cultural heritage safe by making this kind of tourism more popular. Alternative tourism is the future form of the best recreation.*

**Keywords:** rural tourism, development, EU programs, historical and cultural heritage

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

България разполага с богати природни, исторически и културни ресурси с регионална, европейска и световна значимост. Това прави туризма един от основните приоритетни сектори за финансиране по програми на ЕС в частност програма „Развитие на селските райони“. Обект на тази разработка е селският туризъм в България. Предмет са ползите и предизвикателствата пред селския туризъм, като алтернативен вид. Цел на разработката е информирание и популяризиране на програми за финансиране на туризъм в извън градска среда, както и представяне на ползите от селския туризъм за хората.

#### **1. Защо алтернативен туризъм?**

Селският туризъм е най-бързо развиващото се перо в сектор туризъм. Занимаващите се с него трябва да са запознати и с други специфики на естеството му, като алтернатива на стандартния, масовия туризъм като начин на протичане и философия.

Основен акцент в тези пътувания е близостта със съхранената природна среда, автентичната атмосфера и кухня, запазените традиции, липсата на градската среда. Към него проявява интерес туристът, спадащ към индивидуално пътуващите и организирани в малки и средно-големи групи (8-15 души), очакващи да научат нещо в своята



ваканция. Районите, в които се практикува са предимно планинските и селски райони, без да се отричат и стойностните малки хотели с топло посрещане. [1]

### **1.1. Селският туризъм в туристически продукт**

Туристическият продукт е по-особен. Той включва програми с разнообразни дейности, които са насочени към изграждане, обучение и усъвършенстване на участниците. Този туризъм е носител на нови послания и надежди в общественото пространство и на нови идеи за утвърждаване на устойчиви модели за местно и регионално развитие. Издига се в приоритет отношението към природата, традициите и интересите на местните общности. [3]

### **1.2. Селският туризъм на територията на България**

Научната мисъл в България счита, че селският туризъм има съществено предимство пред всички останали защото не вреди на околната среда и същевременно допринася за регионалното развитие (в отделни райони на България има засилена дейност и благоприятни условия). При него се дава възможност за настаняване в недвижимия имот на земеделския стопанин, с което се съкращават инвестиционните разходи и се предотвратява заемането на горски пасища и площи. Прекарването на свободно време в райони с ограничена туристическа посещаемост, дава възможност туристическата материално-техническа база да се разпределя по-равномерно върху територията. [6]

България, през последните 50 години е съвсем слабо позната страна за повечето европейци. Тези, които се интересуват от историята и културата много добре осъзнават, че европейското и културно развитие зависи от процесите в Югоизточна Европа. Затова и практикуването на селския туризъм в България ще даде възможност на европейците сами да натрупат впечатления в дълбочина и да пречупят през собствения си мироглед, последиците от функционирането на нашата социално-икономическа система. Също така ще могат оценят приноса на България за обогатяване на световното културно-историческо наследство. [1]

## **2. Тенденции в настоящ и бъдещ аспект**

Важно е да се следи специфика, за да може съответното предлагане на туристическия пазар да отговаря на нуждите и желанията на потенциалните туристи. [2]

***Ето и някои от тях:***



- осигуряване на удобен транспорт до селските райони;
- съчетаване на селския туризъм и с други дейност, като местното занаятчийство, бит и култура;
- предлагане на удобна материално-техническата база;
- изготвяне на офери за туристически продукти и с по-кратък престой;
- насочване към подходящи дестинации, като тези които са по-малко здравословни ще бъдат по-малко предпочитани;
- изграждане на зони, съпътстващи комфорта като спа и фитнес центрове.

Можем да обобщим, че без съмнения развитието на селския туризъм дава много възможности. Следва да разберем какви са неговите предимства и недостатъци.

### 3. Предимства и недостатъци

#### 3.1. Предимства

- самият селски туристически продукт (както и допълнителните прилежащи услуги) се предлагат практически целогодишно;
- увеличава се предлагането на тези туристически продукти, в които се предвижда храненето на туристите, да бъде осъществявано по схемата self-catering (гостите сами приготвят своето меню, като се включват и в отглеждането на продуктите);
- едно от основните предимства на селския туризъм (от гледна точка на туриста) е фактът, че той е третиран изключително индивидуално по отношение на неговите желания, културни интереси и ценности;
- опознаване на типичния селски бит и култура в естествения му вид; [2]
- от икономическа гледна точка, ЕС изключително „щедро“ насърчава селското райониране и неговото извеждане до по – голяма успеваемост на развитие. За това свидетелстват програмите на ЕС по Мярка 311 и 312; в България това финансиране се подпомага от програмата „Развитие на селските райони „ – Мярка 6.4. [4]

Допустимите дейности, които предвижда тя:

Развитие на туризъм (изграждане и обновяване на туристически обекти и развитие на туристически услуги)<sup>19</sup>;

---

<sup>19</sup> Програмата позволява финансиране както за изграждане на нова къща за гости или малък семеен хотел с до 20 стаи, така и реконструкция на съществуваща сграда в къща за гости или хотел и обновяване на туристически обекти. Развитие на услуги във всички сектори. Производство на енергия от възобновяеми енергийни източници за собствено потребление. Развитие на занаяти и други неземеделски дейности.



➤ програмата „Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности“ се финансира по следния принцип (75% субсидия и 25% самоучастие);<sup>20</sup>

Освен икономически обоснованата полза, която всеки бъдещ предприемач в областта на селския туризъм ще получи, има и други такива, които не само внасят повече капитал в БВП, но и подпомагат самите селски райони от екологична и културно-историческа гледна точка.

### 3.2 Недостатъци

Неизбежен е фактът, че всяка разновидност на туризма, носи и своите проблеми и негативни тенденции.

- Колкото повече нараства предлагането – толкова по – голяма е конкуренцията. Това обуславя както ценовите така и качествените изменения. Този факт ще допринесе до поевтиняване цената на селския туристически продукт, а в бъдеще и неговото качествено проявление;
- Селските дестинации, които не покриват наложилите се стандарти, ще търпят загуби и отлив на туристи;
- Тенденциите спрямо ценовия избор на туристите ще се променят често, бързо и непредсказуемо;
- Лоялността и търпението към дадена дестинация ще намалява, поради наличие на изключително богато предлагане на туристически продукти;
- Дестинациите, които нямат директна връзка с емитивните градове, ще понесат големи загуби поради пренасочване на туристопотока към дестинации, предлагащи аналогичен туристически продукт, но с по – бърз, по-евтин и по-удобен достъп за тях.[2]

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Селският туризъм, като съвременен вид туризъм, е в състояние по – пълно и в по-голяма степен да компенсира онези потребности на съвременния човек, които той не е в състояние да задоволи в урбанизирана среда. Мотивите, които тласкат хората към

<sup>20</sup> Предварително допустимите разходи, които се възстановяват, са само за услуги т.е. разходи за проектиране на сградата, консултантски и др. услуги. Като тези разходи са до 12% от стойността на субсидията. Тях трябва да сте ги осигурили предварително. През целия процес до построяването на сградата имате право на четири плащания: авансово, две междинни и окончателно (преди окончателното плащане Вие трябва да сте построили сградата). След одобряването на проекта и подписване на договор с Държавен фонд земеделие, може да заяви авансово плащане.



почивка в селска среда, са разнообразни, но най-важните от тях са спокойствието, чистия въздух, социалните контакти и контакта с природата. Разбира се, важно е и финансовото състояние на гостите – този туристически продукт е сравнително евтин и достъпен. Част от туристите имат нужда от временна промяна на местообитанието си, други искат да се вдъхновят от идилията на селския бит и живот.[3]

В резултат от развитието на селския туризъм през последните десетилетия, се изгражда нова представа за туристите. Те се увличат по почивките на открито ( сред природата ), любители са на топлите чувства и семейната обстановка. Не харесват пренаселени места, обичат екологичния начин на живот и искат да са част от това, което се създава ( не харесват консуматорския начин на живот).

Стандартизирането на културата и уеднаквяването на образците за съвременното битие на човека, са довели човешкото съзнание до прага на еволюцията по отношение на рекреацията и в частност на селския туризъм. Поражда се желание за докосване до автентичното, ценното, съхранило ни през вековете. Човекът осъзнава, че способността му да твори, го приближава най – близко до заветния „полет“ на човешкия дух до вечната памет. Алтернативния туризъм дава тъкмо тази възможност на съвременния турист – да се почувства важен , уникален по рода си и значим както за общото благо ,така и за своето собствено. Тепърва предстоят много изпитания за селския туризъм, свързани с превъзпитанието и маниера на масовия турист, но едно е сигурно – ако той се съхрани и развие, то това ще подейства положително на нашата култура, ценности и ще придобие повече популярност на добродетелите от екологична и морална гледна точка.

#### ЛИТЕРАТУРА:

[1] <http://bulgariatravel.org/bg/tourtype/90>

[2] Статев, В., Туризъм в извънградска среда, Велико Търново, Faber., 2013г.

[3] [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache%3Ahttp%3A%2F%2Fwww.dfz.bg%2Fbg%2Fsapard%2Fmerki%2F&gws\\_rd=cr&ei=nCwPV-DmBsn9Us7Sn9gM](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache%3Ahttp%3A%2F%2Fwww.dfz.bg%2Fbg%2Fsapard%2Fmerki%2F&gws_rd=cr&ei=nCwPV-DmBsn9Us7Sn9gM)

[4] [http://www.dfz.bg/assets/136/2006-07-08-BG\\_Prilojenie\\_1.G.-rayoni-potzentz.pdf](http://www.dfz.bg/assets/136/2006-07-08-BG_Prilojenie_1.G.-rayoni-potzentz.pdf)

[5] <http://finansirane.eu>

[6] <http://novek.bg/>



## РАЗВИТИЕТО НА СЕЛСКИЯТ ТУРИЗЪМ, ПОВЛИЯНО ОТ БЪЛГАРСКИТЕ ТРАДИЦИИ БИТ И КУЛТУРА, И НЕСТИНАРСТВОТО КАТО СПЕЦИФИЧЕН ОБИЧАЙ

### DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM, INFLUENCED BY BUL- GARIAN TRADITIONS, MANNERS AND CULTURE AND THE FIRE DANCING AS A SPECIFIC CUSTOM

**Екатерина Николова**  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
ekaterinanikolova17@abv.bg

#### **Abstract**

*The report examines the opportunities provided by Bulgarian customs and dancing in particular for the development of rural tourism. Villages that have established good practices in the use of dancing as tourist resource were presented.*

**Keywords:** rural tourism, fire dancing, Bulgarian customs

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Селският туризъм е най-добрият начин за опознаване на традициите в България. Чрез престоя в селска къща туристите могат да се докоснат до традиционния бит и култура на страната. Гостоприемството на българите, уникалната местна кухня, съхраненият фолклор, обичаи и занаяти, селищата, архитектурните резервати и красивата природа, превръщат този вид туризъм в предпочитан начин за прекарване на ваканцията. Почивката в селска местност не е само мода, а необходимост предвид замърсяването на природната среда, динамичният и напрегнат ритъм на живот в градовете, което естествено подтиква хората към търсене на спокойствие и отмора сред чиста природна среда и по - усамотени места. Във тази връзка може да добавим, че освен природните дадености и предлаганият туристически продукт на съответния туристически регион, това което би останало като траен отпечатък в съзнанието на туриста са и характерните културни традиции на местността.

С това той не само се обособява като конкурентна туристическа дестинация със запазени във времето обичаи, но и би накарало посетителите му да поискат да го видят отново. Днес при наличието на голямо предлагане на близки по същност селски туристически продукти, включване на елементи, които могат да бъдат открити в туристическия продукт само в определен район, е от ключово значение за изграждането на имиджа на селската дестинация на туристическия пазар. Българските традиции, бит и култура са се съхранили във времето благодарение на това, че са предавани от поколение на поколение. Те от своя страна се обединяват в отделни празници и обичаи, които биват чествани през различните дни и месеци от календарната година. Точно такъв, зародил



се преди стотици години и запазил се по българските земи обичаи, който често е свързан с езичеството, с окултното, недолюбван от православната църква и все пак – по свои начин изключителен, вдъхновяващ и пречистващ е нестинарството.

## ИЗЛОЖЕНИЕ

В средите на историците и етнографите често възниква спор кога точно е възникнало нестинарството и откъде произхожда. Повечето изследователи се обединяват около теорията, че то е наследството на древните траки, един народ, който е бил наистина близък с нематериалното, отделял е истинско внимание на човешкия дух. Корените на този уникален ритуал обаче е трудно да се определят, макар историческата логика да сочи най-вече към неговия тракийски произход. Интересен е коренът на самата дума – нестинарство. Някои специалисти твърдят, че тя произлиза от гръцкото „анастинагмос“ – дишане, въздишане, заради поведението на самите нестинари по време на обряда. Други го свързват със значението на думата „хестия“ – огън, или „анастено“ – възкръсване. Въпреки всичките неясноти около произхода и семантиката на ритуала, неговото съществуване е факт.

Най-атрактивното при него е движението по горещи въглени. Обичаят може да се наблюдава и днес в легендарното с. Българи, намиращо се в живописната Странджа планина, на 18 км. от гр. Царево. Днес Българи е единственото нестинарско селище в България и въпреки че в него живеят едва 134 души, то си остава център за последователите на нестинарските танци у нас. Ритуалът се изпълнява основно на празника на Св.Св. “Константин и Елена“ - на 3 и 4 юни. В него се включва цялото село, но в танца с огъня участват само „посветените“ нестинари. Счита се, че те са избраници на светеца, патрон на празника, като по време на танца дори виждат образа и чуват гласа му. В миналото нестинарки са ставали само жени. Приемало се е, че влизането в огъня с боси крака изкупва греховете на всички в селото. Днес има и мъже нестинари, но се срещат рядко. Нестинарството е харизма, а не наследствена дарба и както се вярва, намира избрания човек. Нестинарите се обединяват негласно в свое затворено общество. Една от всички нестинарки се определя за Главна. Това обикновено е най-възрастната жена, която притежава най-добри умения за игра в огъня и има дарбата за предсказване на бъдещето. С мнението на Главната нестинарка са се съобразявали не само нестинарите, но и цялото село. Нейно основно право и задължение е да ушие ризите, с които се обличат иконите, преди да бъдат взети за игра в огъня. Най-съществената ѝ роля обаче е да оп-



редели Епитропа на селото измежду най-честния и отдаден на бога мъж. Волята и решението на Главната нестинарка се изпълнява безпрекословно. Последната Главна нестинарка на с. Българи е Злата Даскалова и както твърдят жителите на селото, нейните предсказания за бъдещето на България от 1940 г. досега са се сбъднали. В 5-те нестинарски села в Странджа, с център с. Българи, някои от църковните празници се отбелязват по стария календар – Св. Св. Константин и Елена, Св. Илия и Св. Богородица. Ходенето по горещите въглени несъмнено е най-интересната част от този ритуал, но с него далеч не се изчерпва същността му. Нестинарството е изградена през вековете съвкупност от обреди и традиции, изпълнявани от йерархично организирана общност. В деня на празника рано сутринта се отслужва божествена литургия и всички селяни се събират на площада, от където млад момък, задължително ерген, изнася иконата на Св.Св Константин и Елена. Под съпровод на тъпани и гайди всички се отправят към параклисите на Св. Константин и Св. Елена, намиращи се в гората край с. Българи. Вярва се, че водата, извираща под параклиса на св. Константин, в този ден е лековита и чудотворна. С нея се измиват иконите, хората пият от тази вода и измиват лицата си за здраве и танцуват. Обредният огън се запалва още на обяд. Привечер, след падане на здрача, тръгва шествието, водено от Епитропа на селото. Свещените икони се носят от млади момчета. Обикалят църквата и под специфичния неравноделен ритъм на тъпана и гайдата нестинарите влизат в горещата над 400 С жаравя с викове. Някои от тях взимат жаравя с ръце и я посипват върху себе си. Играта с огъня продължава около 20 минути. След това нестинарите повеждат хората, на което се хваща цялото село за здраве и успех. Интересен е фактът, че след направени медицински изследвания на нестинарите се установява, че кожата на краката им е нежна, без следи от изгаряния. Любопитно още е, че паднали в огъня предмети, като кърпи например, не изгарят. Свидетели твърдят, че дори има случаи, в които нестинари са паднали в огъня, изправили са се и продължавали без никакви последствия. Нестинарите не могат да обяснят своята дарба и я определят като дар от светците.

Нестинарите вярват, че огънят пречиства, „възкресява“ душата. Той отблъсква злините човешки и лошите духове, лекува болестите, а нещастieto се изпарява от сърцата, опрощава греховете на присъстващите. Изпаднали в транс, нестинарите пренасят през жаравата малки момчета и момичета за дълголетие, както и болни за да ги излекуват. Сред обществото голям спор възниква около това кой може да стане нестинар. Някои казват, че за да ходиш по жаравата трябва да ти е дадено по рождение, да искаш и



да вярваш. Други твърдят, че нестинар се става само когато истински такъв ти го „предаде“. Истината разбира се е твърде трудна за отмерване. Този древен ритуал е обгърнат с мистерии и дух, които са необясними. Ходещите по огъня обаче са истински, те са едно от чудесата на майка България, толкова истински, че са обявени от ЮНЕСКО за нематериално културно наследство. Както българи, така и чужденци, се радват ежегодно на тази удивителна традиция.

От казаното до тук става ясно, че с. Българи е едно от последните местности в България със запазена идентичност относно обичаят „нестинарство“, но точно специфичната локализация на селото би го превърнала в още по оживена и желана дестинация –

- Село Българи (Област Бургас) се намира в източната част на планината Странджа, разположено е по гърба на един рид, ограничен от три страни с дълбоки долове. Околността е му обрасла с гъсти букови и дъбови гори. От селото се открива прекрасна гледка към нагънатите заоблени хребети на Странджа.
- На изток от с. Българи е най-старият български резерват “Силкосия”, а на 7 км североизточно се намира защитената местност “Марина река”, в миналото част от “Силкосия”.
- Северно от село Българи, в местността "Градището" се намира тракийската, късно антична и средновековна крепост "Ургури". Крепостта е била изградена от траките. Крепостта е съществувала и през Средновековието, и това не е случайно. Знае се, че там е бил настанен военен гарнизон /прабългарски/. Затова и селото е получило познавателното - „Българи“
- Пряко свързано с нестинарския ритуал е **коначето – храм на нестинарите**. Намира се в центъра на Българи в близост до селската чешма. Конак е турска дума, която означава къща за живеене, място, в което се отсяда по-дълго време.
- От всички страни Българи е обградено от параклиси, закрилящи сакралното му пространство. Това са: “**Св. Костадин**” – на 1 км от селото в западна посока; “Св. Елена” – подновена столнина в западния край на селото; “**Св. Илия**” – на 1.5 км източно от Българи; “**Св. Богородица**” – на около 3 км северно от селото.
- Забележителност както за село Българи, така и за Странджанския край, е частната етнографска сбирка, която запознава с жилищната уредба от края на XIX и началото на XX век, с бита на големите селски семейства, традиционното облек-



ло, автентични ръчно изработени тъкани и много от примитивните сечива, използвани тогава.

Можем да обобщим, че страната ни притежава преобладаваща част от елементите на туристическия продукт на селския туризъм, свързани с ресурса – интересни села, самобитна архитектура, бит, фолклор, занаяти, празници и обичаи, пейзаж. С опазването им, това не само би облагородило дадената туристическа дестинация /с. Българи/ , но и би било чудесна предпоставка за:

- Създаването на нови работни места;
- Развитие на инфраструктурата по благоприятен за околната среда начин, обединяващ усилията на частния и обществен сектор;
- Стимулиране обмена между селските зони, и развитие на позитивно отношение и познание за селската общност;
- Маркетинг и реклама на продукти за селския туризъм на местно и международно ниво.
- Намаляването на броя на младите хора, които напускат селата и се преместват в големите градове, както и на емиграцията извън България, което ще спомогне да се стабилизира населението във все още слабо развитите региони;
- Създаване на възможности за запазване на традиционните селскостопански дейности и практики, „селска” атмосфера и живот;
- Принос към съхраняване на историческата, архитектурна, културна и етнографска идентичност на региона;
- Запазване на семейните връзки със селските общности;
- Стимулиране развитието на местни малки предприятия и по този начин окуряване разнообразието от икономически дейности в селските области;

Същевременно с тези си характеристики се наблюдават и някои отрицателни черти относно развитието на селските региони, а именно:

- Липсва резервационна система за настаняване в селския сектор.
- Липса на туроператори в селския туризъм.
- Недостатъчна рекламна дейност.
- Дейности за развлечение и културни мероприятия са в начален етап на развитие.
- Тематичен туристически продукт, свързващ престоя на туристите с определена активност и дейност едва сега започват да се създава.
- Селският туризъм е сезонен, което намалява годишната реализация и печалба.



- Продуктът в селския туризъм е с ниска добавена стойност.
- Липсва подходяща инфраструктура, лоши пътища, указателни знаци, информация, други.
- Липса на професионален опит и познания в преобладаващата част от практикуващите или желаещи да практикуват селски туризъм.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Както се вижда до тук България притежава всички качества за развитието на този алтернативен вид туризъм. Изключително важно е и невероятно гостоприемното отношение на жителите на селските райони, което очарова туристите и ги кара да се връщат отново към нашите прекрасни места. Увлечени от интензивния градски живот, все повече хора се стремят (в малкото време, което имат за почивка) да намерят тихи местенца за техния отдих. Такава почивка могат да ни предложат множеството китни български селца. В тях ние ще открием спретнати семейни къщички и евтини хотели, в които и до днес гостоприемните домакини са запазили автентичния български бит и култура. Разходките сред красивата природа на България и вечерите прекарани в приятната компания на гостоприемните домакини ще ни отделят от забързаното градско ежедневие. Българското село е съхранило в най-голяма степен българските традиции и автентичната българска култура. Престоят и почивката на село ни дават възможност да усетим автентичният български бит. Тук ние не сме просто туристи, дошли да разгледат красивата природа и спретнатите къщички - ние сме гости дошли да усетим гостоприемството и топлото отношение на домакините, с което България се слави по света. Разходките сред атрактивната природа, екологично чистите продукти произвеждани на село, гостоприемните и приятни хора, евтините семейни къщи и хотелчета са достатъчна причина да се решим да опитаме и този вариант на алтернативен туризъм.

## ЛИТЕРАТУРА

[1] Статев, В. Туризъм в градска и извънградска среда, В.Търново, 2015

[2] <http://bulgarian-folklore.com>

[3] <http://svetimesta.com>



## РОЛЯТА НА ЕКСКУРЗОВОДА ЗА ИЗЖИВЯВАНЕТО НА ТУРИСТА ПО ВРЕМЕ НА ТУРИСТИЧЕСКО ПЪТУВАНЕ

### THE ROLE OF THE TOUR GUIDE FOR THE EXPERIENCE OF THE TOURIST DURING A TRAVEL JOURNEY

Екатерина Сомова

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
somova@mail.bg

#### Abstract

*The report is about the importance of the tour guide for the pleasure of tourist during their journey. It examines the functions as well as the obligations of a tour guide during an excursion. It also points out the necessary qualities for the profession of tour guides.*

**Keywords:** virgin beaches, opportunities, tourism, problems

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Най-важното нещо, което трябва да се постигне по време на туристическото пътуване е това туристите да останат доволни и удовлетворени. При организирания туристически пътувания постигането на тази цел е възложена на екскурзовода. Той е човекът, от когото зависи до голяма степен с какви впечатления ще останат туристите и как ще бъде представена фирмата, за която той работи, защото той придружава групата по време на пътуването. Качествата на екскурзовода като личност определят до голяма степен възприемането му от групата. Неговата задача не е лесна, той не се грижи за едно или две неща. На него са поверени отговорностите за посрещането, настаняването, изхранването и придружаването на групата през целия период от екскурзията. Добрият екскурзовод трябва да е много интелигентен човек, с отлични организационни способности, приветлив външен вид, умения за справяне в различни и неочаквани ситуации и въоръжен с огромно търпение. Лошият екскурзовод може да развали пътуването и до най-красивото място. Именно за това екскурзовода е толкова важна част от туристическото пътуване. Ето защо е важно да се разгледа каква е неговата роля и какви качества трябва да притежава, за да направи приятно преживяването за туристите по време на екскурзията. Задачата, която си поставяме е да определим какви качества трябва да притежава един добър екскурзовод и да проследим каква е ролята му през отделните етапи от туристическо пътуване и как едно пътуване би преминало с добър екскурзовод и с не толкова добре подготвен екскурзовод.



## ИЗЛОЖЕНИЕ

Преди да разгледаме как протича една екскурзия нека се спрем на професията екскурзовод: Какво означава да си екскурзовод? Повечето хора мислят, че това е една много лесна професия, свързана с непрестанни пътувания и приятни изживявания, но това е само донякъде. Задълженията на екскурзовода се различават спрямо вида на туристическото пътуване, дестинацията и участниците в него. За да бъдеш добър екскурзовод не е нужно да си изучил добре само история и география, а да си добре подготвен и в други области. Много често неговите дейности са присъщи на други професии и му се налага да се превъплъти в тях. Освен това да придружава групата той трябва да направи и добра рекламна кампания на дадената дестинация. Екскурзовода трябва да убеди туристите, че ще посетят интересни места, от които ще се завърнат с приятни спомени и преживявания. При пътувания извън границите на държавата задължително изискване към служителя, представящ туристическата агенция, е владенето на поне един чужд език. Владенето на повече на повече от един чужд език, дори и само говоримо, е изключително голямо предимство за един добър екскурзовод. Това е така, защото почти винаги се налага комуникация с местните жители на населеното място, което посещавате.

За да бъдеш добър екскурзовод и да разнообразяваш дори и свободното време на туристите, често се налага да се превъплътиш и в ролята на аниматор. Това е нужно при по-продължителни екскурзии, които са в рамките на няколко дни или при организирани почивки. Аниматора трябва да бъде сърдечен, позитивен и добър и да може да работи в екип. Добрият аниматор може да разнообрази и обогати свободното време на туристите с различни занимателни и развлекателни игри. Тези развлечения трябва да бъдат съобразени с възрастовата група на туристите, като например: за по-малки деца организирани игри трябва да бъдат от развлекателен вид, за да задържат тяхното внимание, докато при по-възрастните развлеченията трябва да бъдат по-умерени, без излишни рискове и напрежение. Всички тези забавления, когато са добре организирани, ще оставят приятни впечатления в туристите. Когато при един екскурзовод липсват аниматорски умения, това може да направи и най-добре организираната туристическа програма безинтересна и скучна. Екскурзиантите ще останат разочаровани и лоши впечатления от условията и обслужването, предлагани от туристическата фирма. Съответно те не биха били отново клиенти на тази туристическа фирма, а това е лоша реклама за фирмата, защото една от най-добрите реклами са доволните клиенти.



Добрят екскурзовод трябва да бъде подготвен и за конфликтни ситуации. Във възникнал конфликт, без да взема отношение към една от страните, трябва да намери решение, удовлетворяващо всички. Това също е нужно за добрата и спокойна атмосфера по време на екскурзията.

Добре квалифицираният екскурзовод трябва да бъде творческа личност. Преди предстоящо пътуване всички екскурзоводи получават някакви инструкции, според които трябва да премине екскурзията, но не винаги всичко може да се предвиди. Много често се случва да бъде въвличен във спорове от други житейски общности, например религия, политика, идеология и други. Понякога се случва промяна в предварително начертания маршрут от причини, не зависещи от организаторите. Тогава той трябва да реагира по най – бързия и адекватен начин, за възстановяването на реда. Добре подготвения водач на групата трябва да предприеме бързи и адекватни мерки в случай на възникнал здравословен проблем. Той също така трябва да е много добре запознат и да може да използва съвременните средства на информационните технологии.

В процеса на работа екскурзовода няма пряка връзка със своите началници и се налага почти винаги да взема сам важни решения. Той няма подчинени, освен в случаите, в които работи в екип с други колеги и той е ръководител, затова от него се изисква да подготви и изпълни целия процес на работа. В не редки случаи, при пътуване извън границите на държавата се налага да осъществява контакти с някои институции като: гранична полиция, съдебна палата, банки, данъчна администрация, консулство и други. Затова се налага той да притежава необходимите комуникационни умения и да не бъде притеснителен и стеснителен.

Екскурзоводската професия е свързана с много жертви от страна на практикуващия я. Тук няма нормиран работен ден и точно определено работно място. Един път може да си в офиса да организираш предстоящо пътуване, вечерта може да настаняваш група в хотел, а на сутринта да придружаваш посетители на някое изложение и да представяш беседа по темата. Всичко това изисква жертване на собствени интереси и развлечения, както и срещите с близките хора и семейството.

Освен всички изброени функции на екскурзовода той трябва в процеса на работа да следи дали предлаганите по договор услуги на контрагентите се спазват, дали упоменатите цени на тези услуги в договора отговарят на цените на услугите при пристигане на конкретното място. При добра организация от двете страни не би трябвало да има разминаване, защото това допринася за допълнително финансово натоварване на



туристите и лоша реклама за съответната туристическа агенция. Дори при такъв случай добрият екскурзовод трябва да намери адекватно решение на проблема, което да бъде удовлетворяващо и за двете страни.

Не добре подготвеният екскурзовод много лесно се разкрива по видими признаци, които той може би в момента не съзнава. Когато един екскурзовод е с неугледен външен вид, стеснителен, има нехайно отношение към туристите, не добре подготвен с материали към беседите и лошо поведение към домакините на обектите това допринася за изнервяне на обстановката, възникване на конфликти, лошо прекарано пътуване и не добри впечатления у туристите.

При тръгване на екскурзия или на мечтаната почивка всеки се надява на добро прекарване. За целта екскурзовода би трябвало да бъде добре изглеждащ на външен вид, вдъхващ уважение, жизнерадостен, с добро чувство за хумор, отзивчив и грижовен към поверените му туристи. Всички тези качества и поведение създават добро впечатление в групата. Това от своя страна допринася за доброто представяне на организаторската фирма. Туристите се чувстват предразположени към едно добро, интересно и изпълнено с незабравими преживявания пътуване.

За да израства професионално и да се развива един добър екскурзовод трябва да чувства нужда и потребност от добиване на нови знания, да се усъвършенства, доколкото му е възможно в областта на музиката и изкуствата, да обича да контактува с различни хора, да открива и цени красотата на природата и човешките взаимоотношения. Нужно е да има някакви практически умения и навици за справяне с възникнали непредвидими ситуации.

Сега нека проследим как протича една екскурзия. Ролята на екскурзовода не се проявява от първата му среща с туристите, а още преди самото пътуване. През този период екскурзовода трябва да си направи план, по който следва как ще премине самата екскурзия; да се осведоми за групата-брой, възраст, дали участниците се познават; да се подготви за маршрута, който предстои да изминат-дали може да има някакви отклонения и какви могат да бъдат те; също така за нужните документи и местата за изхранване и настаняване, които ще посетят; да подготви и разпредели паричните средства, които са му нужни. Ако екскурзовода направи тази подготовка преди самото пътуване ще бъде по-подготвен и ще има много по-малко непредвидени неща, за които да се тревожи. Така и самата екскурзия ще протече по-гладко. Тази роля на екскурзовода за



удовлетворяването на клиентите и доброто преминаване на почивката, често остава неосъзната от самите туристи.

Първата среща на екскурзовода с групата може да се осъществи на различни места, но независимо от това къде ще бъде екскурзовода трябва да се представи в най-добрата си светлина. Причината за това е, че първото впечатление, което си направят за него туристите ще бъде основа за протичането на по-нататъчното пътуване. От това ще зависи как те ще възприемат и него, и информацията, която им поднася. Ролята на екскурзовода в тази част от пътуването е да представи себе си и шофьора на пътниците, да се увери, че всички са се качили, че няма загубен багаж, всички документи са изрядни, както и самото превозно средство, след което да даде информация на пътуващите как ще протече екскурзията, къде ще има места за почивка по време на пътуването, кога ще пристигнат, какви обекти предстои да посетят. Той трябва да бъде мил с всички туристи, без да има специално отношение към, който и да е от тях, освен ако някой няма никакви физически затруднения, трябва да е готов да отговаря на всякакви въпроси, без да изглежда отегчен, да бъде грижовен и да помага на екскурзиантите във всякакви ситуации. Когато той говори и поднася информация на туристите трябва да бъде уверен в думите си, за да показва, че е много добре подготвен и информиран относно обектите и местата, които посещават. Добрият екскурзовод е подготвен относно всички тези неща. Той трябва да знае как да се представи най-добре и да привлече вниманието на туристите и също така, което е още по-важно, да го задържи. Би реагирал бързо и добре обмислено в непредвидена ситуация, без да всява допълнително напрежение. Това са все качества, които доказват колко важна е ролята на екскурзовода в този вид пътувания и как той допринася за това екскурзиантите да се тревожат за възможно по-малко неща и да не попадат в неловки и сложни ситуации сами. При не толкова добре подготвения екскурзовод или този с по-малък опит могат да се получат ситуации, в които пътниците да се почувстват пренебрегнати, обидени или да попаднат в неловки ситуации, в които трябва да се справят сами. Ако такова бъде началото на една екскурзия, как биха възприемали туристите своя екскурзовод по-нататък през пътуването. Най-вероятно не биха му гласували доверие и не биха приемали сериозно неговата работа, защото той не е могъл да оправдае техните очаквания от самото начало. Докато ако всичко протича гладко и както трябва туристите ще се отпуснат и ще се настроят позитивно за продължението на екскурзията.



След пристигане в мястото за настаняване ролята на екскурзовода не е маловажна. В този етап от екскурзията екскурзовода се грижи за правилното организиране на настаняването и изхранването на групата. Той следи за настаняването на туристите, съобразно закупената от тях пакетна екскурзия, и правилното им обслужване. Трябва да бъде подготвен ако попадне в неудобна ситуация, като например дублиране на стаите, от страна на хотелиерското предприятие. В такава ситуация трябва да вземе възможно най-добро решение за кратко време. Ако няма никакви непредвидени усложнения екскурзовода трябва да остави малко време на групата да си оставят багажа и да се освежат преди следващата дейност, която предстои да предприемат, да им предложи места, които да посетят през свободното си време и да им каже номера на своята стая, за да е на разположение и да могат да се обръщат към него при проблем. В заведенията за изхранване екскурзовода трябва да посочи на групата кои са техните места, ако има определени такива, и в колко часа се провеждат храненията. Той трябва да следи храната, която се предлага да бъде в правилното количество и да бъде качествена. Добрият екскурзовод следи за всички тези изисквания и се справя във всякакви ситуации, като не затормозява туристите с тях. Това е още нещо, за което те не трябва да се тревожат.

При придружаване на туристите по време на екскурзията, водачът прави екскурзоводски беседи. Ролята на екскурзовода в тази част от екскурзията е да представи информацията достъпно и разбираемо за туристите. Той предварително трябва да си е изготвил беседата и да се е информирал максимално за всички обекти, които са включени в маршрута. Една добра екскурзоводска беседа трябва да бъде много добре структурирана. Екскурзоводът трябва да знае точно къде се намира, за какво говори и да е готов да продължи след всякакви прекъсвания. Беседата трябва да следва определен логически ред, да бъде разпределена правилно във времето, възможно най-конкретна и да се избягват неловките мълчания. Екскурзоводът е задължително да поднася само вярна информация на туристите, той трябва да е достатъчно добре информиран по дадения маршрут, за да може да отговори на всеки въпрос, който му бъде зададен от групата. Трябва да притежава отлични ораторски способности, да говори ясно, отчетливо и грамотно, за да бъде разбран от цялата група. Трябва да поднася информацията увлекателно, да може да привлече и задържи вниманието на всички от група. На хората не трябва да им е скучно, а интересно. Нужно е да говори убедително, без излишни жестикулирания, за да покаже, че е добре подготвен и информацията, която поднася на групата е вярна с това което наистина се е случило. Много важно е добрият екскурзо-



вод да съобрази своята беседа с групата си-дали са по-малки деца, тийнейджъри, хора с различни хобита,или по-възрастни. Така трябва да представя информацията, че тя да бъде достъпна за всички.

Последният етап от организираното туристическо пътуване е изпращането на туристите. В него ролята на екскурзовода е аналогична с тази при посрещането. Екскурзовода отново трябва да се убеди, че всички пътници са там, че няма изгубен багаж, че всички документи, които са му нужни за отчети пред туристическата фирма са на лице. Ако някои от туристите иска да направи рекламация в маястото за настаняване или изхранване, екскурзоводът трябва да му каже какъв е редът за това. В този етап се формират крайните впечатления на групата за цялостното представяне на екскурзовода през целия период от екскурзията.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

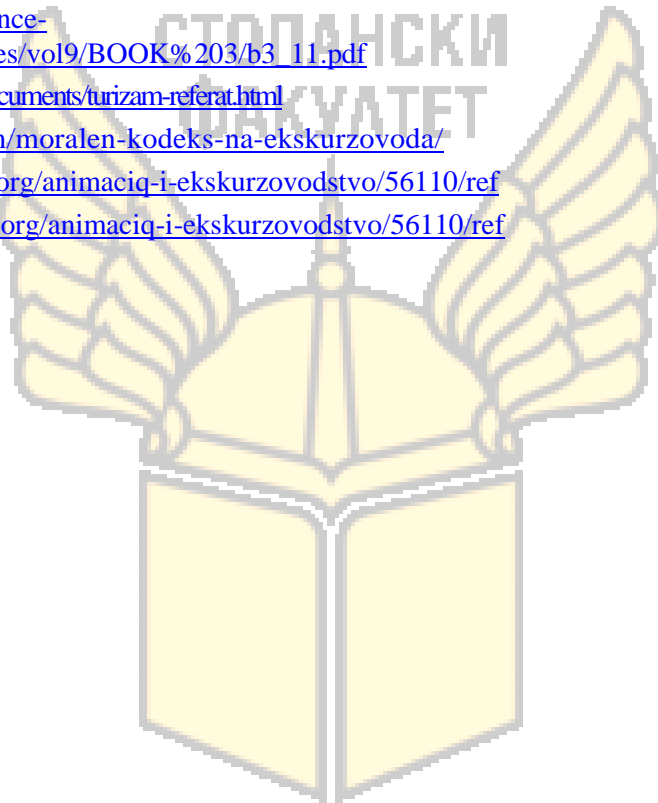
От всичко изложено в доклада следва да обобщим, че е много важно преди да предприемем някаква екскурзия или по-дълго пътуване е абсолютно наложително да проучим много добре туристическата фирма, която го организира. В днешно време при доста развитите информационни технологии има много места, където можем да се запознаем и да прочетем различни коментари за дадената туристическа фирма. Също така е много важно туристите, ползвали услугите на дадена фирма, да споделят своите впечатления в съответните форуми. По този начин и потенциалните нови клиенти ще могат да създадат собствена преценка за дадената туристическа фирма. Много важно е също да споделят впечатленията си и от съпровождащия ги екскурзовод и начина, по който е организирано и протекло даденото пътуване. Когато екскурзоводът е бил добре квалифициран и организацията е на нужното ниво, хората би трябвало да останат с добри впечатления и прекрасни спомени от проведеното пътуване. Те ще бъдат доволни и от своя страна ще споделят впечатленията си, което от своя страна ще доведе до още по-добра реклама и привличане на бъдещи нови клиенти. Ако екскурзоводските услуги не са били на нужното ниво, слаба организация, възникнали конфликти по време на пътуването всичко това води до лошо прекарване на екскурзията или почивката, изнервяне и излишно натоварване на туристите. Те от своя страна ще споделят своите впечатления, което ще доведе до лоша реклама за фирмата. А лошата реклама не може да привлече клиенти. Затова ролята на екскурзовода не е никак маловажна за едно добро и приятно изживяване на туристите по време на туристическото пътуване. Нека все



повече фирми обърнат внимание на предлаганите от тях екскурзоводски услуги и нае-  
тите от тях служители.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] [http://beta.novinar.bg/news/profesiata-ekskurzovod-poveche-sluchajnost-po-malko-profesionalizam\\_MjY1MDsxMw==.html](http://beta.novinar.bg/news/profesiata-ekskurzovod-poveche-sluchajnost-po-malko-profesionalizam_MjY1MDsxMw==.html)
- [2] <http://www.bulguide.bg/page.php?id=13>
- [3] [http://www.conference-burgas.com/maevolumes/vol9/BOOK%203/b3\\_11.pdf](http://www.conference-burgas.com/maevolumes/vol9/BOOK%203/b3_11.pdf)
- [4] <http://documents.mx/documents/turizam-referat.html>
- [5] <http://guidesbg.com/moralen-kodeks-na-ekskurzovoda/>
- [6] <http://www.referati.org/animaciq-i-ekskurzovodstvo/56110/ref>
- [7] <http://www.referati.org/animaciq-i-ekskurzovodstvo/56110/ref>





## ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ЦЕНТРОВЕ В БЪЛГАРИЯ

### PUPULARIZATION OF TOURIST INFORMATION CENTER- SIN BULGARIA

**Елена Александрова**  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
e-mail: seseil\_95@abv.bg

#### **Abstract**

*The report examines the opportunities for development of Bulgarian tourism, which are provided by the existence of tourist information centers. This paper also describes the possibilities and prospects for their promotion and the positive effects of this.*

**Keywords:** tourist centers, opportunities, tourism

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Разгледаната в доклада тема е доста актуална, тъй като туризмът се развива с все по-бързи темпове всеки ден. Важно е туристите да разполагат с място, където могат да получат възможно най-подробна информация за градове, села и обекти по възможно най-бързия начин. Предмет на разработката са начините за популяризиране на туризма в България, а обект – туристическите информационни центрове като решение на този проблем. Основна цел на доклада е установяване на причините за непопулярността на туристическите информационни центрове в България и предлагане на възможности за тяхното развитие. За да бъде постигната целта в доклада са изпълнени следните задачи:

1. Разгледана е нормативната уредба в България, засягаща туристическите информационни центрове;
2. Описани са основните функции и цели на ТИЦ в страната ни;
3. Направени са препоръки към основните длъжности, съществуващи в центровете и е изграден примерен модел за длъжности в тях.

#### **ИЗЛОЖЕНИЕ**

Сегашният Закон за туризма обръща малко внимание на този важен аспект на местния туристически продукт. В него няма правна дефиниция на термина „туристически информационен център“ и не се прави разграничаване между „туристически информационен център“ и „център за посетители“. Няма законов регламент относно ста-



тута, функциите или услугите, които туристическите информационни центрове предлагат. Законът не регулира начина на финансиране на дейността на ТИЦ и формите за реализиране на печалба. Не са уточнени и правата и задълженията на персонала, квалификацията и уменията които трябва да притежава, както и обема и качеството на информацията, която трябва да се предоставя.

Отношението на държавата към туристическите информационни центрове е повърхностно регулирано в Закона за туризма и прилежащите му правилници. Законът определя отговорността за създаването на туристически информационни центрове и организирането на предоставянето на информация на туристите на общинските съвети и на кметовете от съответните общини. Според закона туристическите асоциации са длъжни да съдействат в основаването и ръководенето на туристическите информационни центрове и бюра.

Туристическите информационни центрове имат важна роля за обществото, тяхната функция е да осигуряват информация за градове, села и обекти, да помогнат на посетителите да се запознаят с характерните топографски особености в историческото и природно значение на дадена област. Туристическите информационни центрове удовлетворяват нуждите на туристите, като отговарят на въпросите:

- какво да правят;
- къде да отидат;
- какви събития са на дневен ред в града или селото;
- къде да отседнат;
- какво да разгледат и т.н.

Според етнонационалните и демографски особености на туристите, като например страната, откъдето идват, пола и възрастта на посетителя, интересите и целта на посещението му в този район, както и целта на идването му в ТИЦ, трябва да се постигнат няколко цели, а именно:

- Да се задоволят приетите заявки и да се идентифицират потенциалните нужди;
- Да се насърчават минаващите транзит пътници да останат на посещение в областта;
- Да се осигури качествена и актуална информация;
- Да се изготви примамливо предложение;



- Да се използват подходящите инструменти, с които да се достигне до подходящите хора, по подходящ начин, на подходящото място и в подходящото време;
- Да се осигури възможност посетителите да останат с положителни първоначални и трайни впечатления;
- Да се осигури информация за възможностите за почивка, забавления или бизнес мероприятия в областта;
- Да се насърчават туристите, които са останали доволни от престоя си в тази област, да споделят опита си със свои познати;
- Да се рекламира културата в областта, атракциите, интересните обиколки и събития, историческите паметници, музеите, старинните сгради и т.н.;
- Да се подпомага развитието на туризма в района като цяло.

Важен елемент при позиционирането на ТИЦ е разположението на работните места. Това разположение изисква групиране на персонала, оборудването и такова разпределение на пространството, че да се осигури комфорт и безопасност на посетителите, както и безпрепятствено движение на информацията. При разположението на работните места основно значение се придава на информационния поток и движението на информацията. Въпреки, че в основни линии постъпването на информацията става по електронен път, разположението на работните места все пак трябва да се основава и на задачите, тъй като документите на хартиен носител все още играят важна роля.

Както при повечето организации, най-важният актив на ТИЦ е персоналят му, тъй като служителите са онези, които могат да посъветват туристите да вложат парите и времето си в съответното туристическо преживяване. Освен броя на служителите, това, което на първо място прави впечатление на туристите в даден ТИЦ, са предоставяните услуги и обслужването на място, което е в зависимост от отношението и уменията на персонала.

Персоналят на ТИЦ може да създаде приятелска, гостоприемна атмосфера за посетителите, като често допринася за създаване на положително отношение към посетителите сред местното население. Затова при подборът на персонала на ТИЦ трябва да се вземат под внимание както квалификацията, така и редица личностни качества.

В хода на работата и чрез специализирано обучение заетите могат да усъвършенстват способностите си, комуникационните си умения, както и уменията да използват източниците на информация ефективно и по подходящ начин.



Наистина е много важно да сме подбрали добре персонала, защото той ще е и лицето на ТИЦ, него зависи успеха на нашето начинание. Изборът е много важна задача, така че не трябва да гледаме на нея пренабрежение.

Сега ще изброим някои от квалификациите и уменията, които персонала трябва да притежава, като ще дадем препоръки към персонала, работещ в туристически информационен център:

#### **ПРЕПОРЪКИ КЪМ ПОВЕДЕНИЕТО НА СЛУЖИТЕЛИТЕ:**

- При пристигането на посетител персоналет трябва да покаже дружелюбие и уважение към посетителя
- При предоставяне на услуги: персоналет трябва да показва добро отношение и гостоприемство;
- Започвайте разговор с думи като добре дошли;
- Демонстрирайте приятелско отношение;
- Бъдете търпеливи и се опитвайте да не губите самообладание;
- Бъдете учтиви, вежливи и показвайте уважение към посетителя;
- Давайте предимство на посетителя пред останалите административни задачи;
- Поддържайте добър външен вид

#### **ЛИЧНОСТНИ КАЧЕСТВА НА СЛУЖИТЕЛИТЕ:**

- Приятно поведение, бъдещо доверие;
- Способност за общуване с хора от всякакви нива, вземане под внимание на различните култури, религии, морални норми и т.н.
- Желание за поемане на инициатива за идентификация и осигуряване на интегрирани услуги в зависимост от нуждите на посетителя

По-долу са описани примерни длъжностни характеристики, които определят основната рамка на ролята и отговорностите:

#### **Служител за туристическа информация:**

- Отговаря главно за цялостното управление на информацията, предоставяна на посетителите на ТИЦ;
- Информира туристите за общите условия в района (например, климат, работно време на обществени организации, транспортни средства и т.н.);
- Оказва помощ на туристите при използване на карти, пътища, организиране на екскурзии и т.н.;



- Информира туристите за средствата за подслон и местата за настаняване (например, резервации в хотел, други възможности и т.н.);
- Дава информация на туристите за места за забавление, атракции и други събития;
- Информира туристите за възможностите за пазаруване, за ресторанти и места за прекарване на свободното време;
- Дава информация за това как да пътуват в областта (например, информация за автобуси, ж.п. гари, коли под наем и т.н.).

#### **Мениджър, отговарящ за туристически мероприятия**

- Носи отговорност главно за цялостното управление на мероприятията, организирани за туристи в района;
- Изготвя работен план, съгласуван с цялостния стратегически план за туризма;
- Подготвя финансови отчети / бюджети на базата на съответните изисквания на закона;
- Изготвя информационна брошура за мероприятията с водещи принципи, политики и процедурни роли и отговорности;
- Идентифицира проблемните области и изработва план за подобряване на дейността;
- Улеснява комуникациите вътре в центъра;
- Осигурява постоянна обратна информация и оценка за служителя за туристическа информация
- Изготвя необходимата документация / доклади за напредъка за работата на центъра.

#### **Отговорник за обучението**

- Отговаря главно за управлението на дейностите, свързани с обучението;
- Изготвя анализ за нуждите от обучение;
- Подготвя съдържанието и продължителността на курсовете за обучение;
- Изготвя проект на учебен план за обучението;
- Занимава се с административни въпроси, свързани с обучението (например, посещаемост, материали за обучение и т.н.);
- Организира, публикува и осъществява курса за обучение.

#### **Координатор за информиране на обществеността**



- Отговаря главно за управлението на програмата за информиране на обществеността:
- Идентифицира обхвата, целите и съдържанието на предложената програма за информиране на обществеността;
- Уточнява различните категории публика (например, публични организации, агенции, бизнес общества, други заинтересовани страни, пътни агенции и т.н.);
- Изготвя маркетинг план, като написва информационното съобщение и медията, която да се използва (например, списание, TV, радио, билбордове и т.н.);
- Създава връзки с националната и местна преса и очертава провеждането на прес-конференции, печатни материали и реклама;
- Организира и прилага конкретна програма;
- Лобира със съответните страни, за да получи подкрепа.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Някои ТИЦ разпространяват туристическа информация за атракции, маршрути, възможности за развлечения и настаняване най-вече до хотелите и в по-малка степен до туристическите агенции. Един предава наредби от общината до хотелиерите. Като цяло изглежда, че ТИЦ сравнително рядко включват партньори в разпространяването на информация.

Информацията е обновявана понякога всеки ден, понякога веднъж в годината, понякога с различна честота - при настъпването на нов сезон или смяна на графика.

Някои от информационните материали на разположение в ТИЦ се продават, дори и рекламните материали на общината или регионалната туристическа организация. Освен туристически и пътни карти на страната, книги и пътеводители, в ТИЦ могат да се закупят също и сувенири и занаятчийски продукти, картички, списания и др.

Според мен един от начините да наберат популярност туристическите информационни центрове е да се привлекат млади кадри, жадни за нови предизвикателства и начинания. Ако ТИЦ бяха по-популярни дори посещаемостта на държавата ще се увеличи и туристите ще останат по-доволни. Държавата трябва да влага повече средства и усилия в популяризирането на тези центрове, защото успехът им ще е само позитив за нея.



## ЛИТЕРАТУРА

[1] <http://www.referati.org/iziskvaniq-kym-turisticskite-informacionni-centrove/58307/ref/p4>

[2] <http://www.referati.org/turisticski-informacionni-centrove/64224/ref/p8>





## ПРОБЛЕМИ В РАЗВИТИЕТО НА СЕЛСКИЯ ТУРИЗЪМ В ОБЛАСТ РОДОПИ

### PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF THE RURAL TOURISM IN THE RODOPI DISTRICT

**Калоян Донеv**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
e-mail: kokity22@abv.bg

#### **Abstract**

*The report focuses on the development of the rural tourist in one of the most important districts in Bulgaria – the Rodopi mountain. The main purpose of the report is to identify the problems the rural tourism is facing in this region and to show the opportunities for their solution.*

**Keywords:** rural tourism, Rodopi district, problems, opportunities

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Предмет на доклада са проблемите в развитието на селския туризъм. Обектът разглеждан в доклада е селския туризъм в област Родопи. Основната цел на този труд е да разкрие възможностите за развитие на селския туризъм в област Родопи. Темата е актуална защото независимо от големия потенциал за развитие на селския туризъм, отрасълът все още е недоразвит у нас.

Селските общини заемат 81% от територията на страната и 42% от населението. Националната територия предлага много на брой възможности за разработване на атрактивни туристически продукти. Те са концентрирани в малко на брой райони предимно в западна и централна Стара планина и Родопи. Безспорно в тези региони има чудесни предпоставки за развитие на селски туризъм и макар бавно, той се разраства. Българските туристи все по-често избират да прекарат почивните или празнични дни посещавайки обектите и позвайки услугите на селския туризъм.

Да има чудесни предпоставки за развитие и да селския туризъм се развива, но бавно. Защо селския туризъм в регион Родопи не се развива стремглаво щом има чудесни предпоставки? Българските туристи все по-често избират да прекарат почивните или празнични дни в регион Родопи, а защо чуждестранните туристи не го правят?

Селския туризъм няма да реши от само себе си проблемите на устойчивото развитие на селските райони. Над 80% от селските общини в България определят туризма като приоритет, а почти две трети от тях предвиждат в стратегиите си конкретни проекти за развитие на селския туризъм. Осъществяват се около 1200 проекта за развитие на туристическата инфраструктура, възстановяване на исторически и културни памет-



ници и други свързани с туризма проекти на обща стойност 185 млн. евро, като една трета от тях се изпълняват в малки общини с населелние под 10 000 души.

Специфичното културно-историческо наследство, изобилието от разнообразни и добре съхранени природни дадености и антропогенни фактори, правят регион Родопи твърде привлекателен за туризъм през всички сезони на годината. Въпреки, че е един от развитите региони за селски туризъм в България, проблемите в развитието му са многобройни. Лошото състояние на социалната, техническа и пътна инфраструктура в селата е пречка за всеки турист дръзнал да посети спиращите дъха места и гледки на този регион. Слабо развитата рекламна дейност води до малкото продажби на продукти от региона. Неподготвените и не добре обучени кадри няма как да предложат качествен продукт или обслужване, който да се хареса на туриста, няма как да бъдат новатори и да създадат незабравимо преживяване. Липсата на координация между субектите, предлагащи селски туризъм и институциите регулиращи процесите в сферата на туризма е беда за националната икономика. Много е важна и психологическата нагласа на местните земеделски производители и хората от селските райони, които не са запознати колко доходоносен може да бъде за тях селският туризъм. Това им незнание води и до недостатъчното развитие на туристическите атракции в региона. Липсват дългосрочните ресурси за финансиране и инвестиции. Нивото на стратегическо планиране и маркетинг по отношение продуктите и ресурсите на селския туризъм от региона е твърде ниско.

Посредством постигане на целта и задачите ще бъде постигнато запознаването на аудиторията с проблемите в развитието на селския туризъм в област Родопи.

## **ИЗЛОЖЕНИЕ**

### **1. Идентифициране на проблемите в развитието на селския туризъм в област Родопи:**

- 1) Лошото състояние на социалната, техническа и пътна инфраструктура в селата затруднява достъпа до местата за отдих.** Социално – битовите условия в голяма част от селските къщи и прилежащите дворни места не съответстват на съвременните изисквания (особено на чуждестранните туристи). Независимо, че селата се електрифицирани и водоснабдени, канализационната и електропреносната мрежи са в окаяно състояние. В много малко села е организирано сметосъбиране и извозване на отпадъци, а в голяма част от вече



изградените, екопътеки и природни паркове липсват. Пътищата, особено третокласните и горските, имат нужда от сериозна реконструкция.

Липсата на добра комуникационна и пътна мрежа, както и състоянието на общата инфраструктура в селските райони, с основание се посочва като един от основните проблеми в развитието на селския туризъм в област Родопи.

- 2) **Слабо развита рекламна дейност, популяризираща този вид туризъм.** Множество институции инициират реклами за повишаване имиджа на България като надежна, красива и богата туристическа дестинация. Широко се използва интернет рекламата като най-достъпна и масова. Голям брой интернет платформи предлагат актуална информация за хотели и обекти за туризъм – цени, условия, местоположение и др. Може да се каже, че независимо от разнообразието рекламаната дейност е хаотична и разпиляна, което затруднява избора на интересувашите се. Може би ще е по-целесъобразно съсредоточаването на информацията за селски туризъм в по-малко на брой портали с възможности за комбиниране на видове туристически услуги по териториален и регионален признак.
- 3) **Неподготвените и не добре обучени кадри.** Значителна част от пряко заетите в туристическия бизнес нямат необходимата квалификация. Слаби са познанията по чужди езици, не се познват основните бизнес механизми, липсва култура на обслужване и др. С изключение курсовете за планински водачи, липсват специализирани центрове за професионална квалификация и обучение в областта на селския туризъм.
- 4) **Липсва координация между субектите, предлагащи селски туризъм и институциите регулиращи процесите в сферата на туризма.** При липса на координация между министерствата, райони богати на природни, културни и исторически дадености не са в състояние да си сътрудничат по важни проекти за разработване на дестинации, изграждане на инфраструктура и финансиране. Няма достатъчно информация за икономическия принос и за растежа на селския туризъм.



Не съществува необходимата координация и съгласуваност от една страна между различните организации, чуждестранни фондове и програми финансиращи туристическите обекти, а от друга страна - между субектите предлагащи селски туризъм и институциите регулиращи процесите в сферата на туризма.

- 5) **Психологическата нагласа на местните земеделски производители и хората от селските райони**, които не са запознати колко доходоносен може да бъде за тях селския туризъм.

Селския туризъм все още е нов за България и област Родопи. Около 26% от стопаните в селските райони упражняват други доходоносни дейности извън селското стопанство. В областта на селския туризъм в България работят само 370 стопани, а 290 се занимават с местни занаяти. В регион Родопи в областта на селския туризъм заетите са около 150 стопани, а занимаващи се с местни занаяти са около 100 души.

Селския туризъм генерира незначителен дял от общите приходи от туризма в страната. Това предопределя отношението на земеделските производители и населението от селските райони към селския туризъм по-скоро като допълнителна заетост, отколкото доходоносен бизнес.

- 6) **Недостатъчно развитие на туристическите атракции.** Региона е изключително богат на природни, археологически, балнеоложки и исторически забележителности. Това обаче, не е достатъчно забележителностите да се превърнат в туристически ресурси. За това са необходими инвестиции в туристическата инфраструктура, които са оправдани само ако привлекат сериозен туристопоток. Един от сериозните проблеми за развитието на селския туризъм в областта е оценката на атрактивността на съответната забележителност като туристически ресурс.

- 7) **Липсват дългосрочни ресурси за финансиране и инвестиции.** Основната част от функциониращите земеделски стопанства в регион Родопи са на физически лица, които не разполагат с достатъчно средства, нямат достъп до банково кредитиране, имат ограничен достъп до еврофондове и финансира-



не. Точно те могат да бъдат бенефициенти по различни мерки, стимулиращи развитието на алтернативни дейности, включително и селски туризъм, но нямат необходимата квалификация и компетентност да потърсят съответните институции с подготвени проекти.

- 8) **Ниско ниво на стратегическо планиране и маркетинг по отношение продуктите и ресурсите на селския туризъм.** Липсата на стратегическо планиране и маркетинг е резултат от слабата пазарна ориентация на повечето селски стопани, занимаващи се със селски туризъм. Това е особено характерно за субектите предлагащи индивидуална форма на селския туризъм, при който посрещането на гости в дома осигурява малка част от доходите. Липсата на пазарна ориентация на бизнеса поставя сериозна бариера за неговото развитие. Индивидуалната форма на селския туризъм няма да устои на пазарната конкуренция без вътрешна промяна, реструктуриране, ориентация към максимизиране на печалбите и насочване към печеливши неселскостопански дейности.

## 2. Възможности за преодоляване на проблемите пред развитието на селския туризъм в област Родопи

От гореразгледаната проблематика става ясно, че наличието на промени в сферата на селския туризъм биха превърнали регион Родопи в символ на селския туризъм в България, както на вътрешния, така и на международния пазар.

За да се случи това трябва да се акцентира върху:

- 1) Подобряване на базовата и туристическата инфраструктура, съхраняване на околната среда и въвеждане на енергийни екологични и ефективни технологии;
- 2) Провеждане на ефективен маркетинг, реклама и информационен обмен за постигане на визията: „ Регион Родопи, символ на селския туризъм в България“, Туризъм - обезпечен с подобрен маркетинг и туристическа информация;
- 3) Създаване на подходящи управленски и организационни структури, системи за управление, обучение и квалификация на персонала;
- 4) Повишаване на качеството и обогатяване на предлагания основентуристически продукт и устойчивото му развитие;
- 5) Създаване на природно съобразен туристически продукт, спомагащ запазването на основните туристически услуги и създаването на нови, така че да



сеувеличи броят на посетителите на района и да се създаде постоянен поток от туристи, оставащи в района за по-дълъг период от време.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Регион Родопи е привлекателна и позната на вътрешния пазар дестинация за селски туризъм. Той утвърждава имиджа си на дестинация, предлагаща добро качество на атрактивни цени, еднакво предпочитан както за организирани, така и за индивидуални пътувания. Регионът е по-привлекателен за почивка на хора в младежка и зряла възраст през зимата / ски и сноуборд/ и за хората от всички възрастови групи през лятото. Чуждестранните туристи познават най-вече региона, като добро място за ски-ваканция, в съчетание с вкусна кухня, съхранена природа и традиции.

При изпълнение на горепоставените цели, не само област Родопи, но и България би се отвърдила като дестинация за висококачествен селски туризъм. Заемане на челната позиция на Балкански полуостров ще бъде престижно за туристическата дестинация България, и добре дошло за националната икономика.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] <http://erodopi.eu/>
- [2] <http://uard.bg/>
- [3] <http://www.smolyan.bg/>
- [4] <http://znanieto.net/>





## ИСТОРИЧЕСКО РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА УПРАВЛЕНСКОТО СЧЕТОВОДСТВО В БЪЛГАРИЯ

### HISTORICAL DEVELOPMENT AND PERSPECTIVES OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN BULGARIA

**Майя Велева**

Великотърновски университет „Св. Св. Кирил и Методий“

[maya\\_vel@abv.bg](mailto:maya_vel@abv.bg)

#### **Abstract**

*This article aims to trace the development of management accounting in Bulgaria. Although it is a relatively new field of accounting both in our country and around the world, management accounting is an important factor in achieving effective management of each business unit. It serves the information needs of internal users and helps to make the right decisions, planning and control of the management, providing the necessary analysis. Therefore, Bulgaria should pay utmost attention to the prospects for the development of management accounting.*

**Keywords:** Management accounting, Bulgaria, development, perspectives.

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Управлението на всички стопански единици изисква в тях да бъдат осъществявани основните управленски функции – контрол, планиране, прогнозиране, регулиране, целеполагане и организиране. Те са част от управленския процес и от тях зависи изпълнението на поставените цели в съответствие с мисията на конкретната организация. В тази сложна система на зависимости важен фактор е извършването на счетоводната дейност, тъй като тя допринася за правилното управление на дадена организация. В днешните условия на бързоразвиващи се технологии и иновации е немислимо съществуването на предприятие или търговска фирма, в чието управление не е включено счетоводството. Чрез него се изпълняват задачи като: осигуряване на информация за имуществото на предприятието и неговото изменение, за цялостната стопанска дейност на единиците, резултатите от това, а също и осигуряване на съдействие за контрол и анализ на дейността.

През последните десетилетия започна да се акцентира върху същността на сравнително ново направление за счетоводната теория – управленското счетоводство. За да бъдат осъществени правилно управленските функции и за да функционира ефективно една организация, важна роля в системата на управление играе човешкият фактор. Ръководителите на висшите управленски равнища често определят мисията, философията, насоките на развитие и целите. От своя страна, работещите на останалите йерархич-



ни нива осъществяват и спомагат за изпълнението на задачите, като по този начин се постига стратегическата цел на организацията. Може да се каже, че управляващата и управляваната система са тясно свързани и взаимозависими една от друга, т.е. необходимо е при управлението да се осъществява т. нар. „обратна връзка“ – да протичат постоянни потоци от информация към различните нива в системата. По този начин се поражда необходимостта от осигуряване на адекватна информация за състоянието на информацията, която да се потребява от вътрешни лица - мениджъри, управители и др. По своята същност управленското счетоводство обслужва точно тези нужди на предприятието. Чрез него информация се анализира и на тази база се взимат управленски решения за насоки на развитие в организациите. Така то играе значима роля при осъществяване на дейностите и целите на стопанските единици, съобразени със състоянието както на вътрешната, така и на външната среда. Ето защо, в съвременното време все повече организации насочват вниманието си към управленския счетоводен анализ.

Настоящата разработка има за цел да изследва развитието на управленското счетоводство в Република България, проследявайки основните етапи от историята, както и бъдещите перспективи за неговото усъвършенстване чрез прилагане на нови, утвърдени подходи и методи. За да се разкрие мястото на управленското счетоводство в системата на счетоводството, първо е необходимо исторически да се проследи развитието на счетоводната теория и практика.

## ИЗЛОЖЕНИЕ

Счетоводството като практическа дейност възниква на определен етап от развитието на обществото. Целта е да се задоволят конкретни, практически потребности. Стоковата размяна, постоянното движение на стоките и непрекъснатото разширяващата се стопанска дейност налагат появата на счетоводството като информационна и контролна система.

Историята на счетоводството започва още от Древността с разпадането на първобитно-общинния строй и зараждането на първите робовладелски държави. За появата на счетоводната мисъл дават свидетелства откритите папируси и древни глинени плочки в Египет и Вавилония през Средновековието. На по-късен етап най-голям принос за развитието на счетоводната дейност в света дава Лука Пачиоли, получил името „баща на счетоводството“. Той е автор на първата публикувана книга по счетоводство „Съвкупност от всички аритметики, геометрии, учение за пропорциите и отношенията“. В



своите трудове той описва „венецианската система“ за водене на търговските книги, която била популярна в Италия през XVI век. От този момент нататък счетоводството започва своето постепенно усъвършенстване, изграждайки основните принципи и законова регламентация, на които се базира счетоводната дейност в днешни дни.

Важен етап от историческото развитие на счетоводството е капиталистическата ера. Тя се характеризира с разрастване на капиталистическите предприятия, усъвършенстване на свободна пазарна търговия, започва широко да се прилага принципът на двойното записване, за който В. Зомбарт казва: „Човек не може да си представи какво би бил капитализмът без двойното счетоводство.“<sup>21</sup> В този смисъл може да се каже, че това са две системи, които взаимно спомагат за своето развитие и разширяване.

Други характерни черти за периода са усъвършенстване на техниката на счетоводно отчитане, както и на съществуващите форми. В началото на XIX век започват опити за формулиране на основните изходни положения, принципи, задачи, функции и предмет на счетоводството. В резултат на това в началото на следващия век се формират първите национални счетоводни школи, водещи между които са италианската, френската, немската и руската.<sup>22</sup>

Основен момент от счетоводната теория е че през този етап започват да се обособяват главните направления в счетоводството, а именно:

- Финансово счетоводство;
- Управленско счетоводство.

Финансовото счетоводство обслужва потребностите от информация за т.нар. външни потребители – такива могат да бъдат инвеститори, доставчици, клиенти, в България - Национална агенция по приходите, Национален статистически институт и други. То предоставя информация за финансово-имущественото състояние на предприятието за определен изминал период в по-обобщен план. Характерно за финансовото счетоводство е, че за него се прилагат задължителни нормативни изисквания за предоставяне на финансови отчети.

Управленското счетоводство е сравнително ново направление. До началото на XX век е било известно като разходно счетоводство. Главна разлика между двете направления на счетоводството е, че докато финансовото счетоводство е насочено към външни потребители, то управленското обслужва необходимостта от информация за

<sup>21</sup> Вебер, М., цит. съч, с. 13, цитирано по Генов, Г. и др., Теория на счетоводството, ИК Стено, 2005г;

<sup>22</sup> Свраков, А., цит. съч, с. 12-16, цитирано по Генов, Г. и др., Теория на счетоводството, ИК Стено, 2005г;



вътрешни потребители. То спомага да се изготвят правилни решения, за планиране и контрол от страна на ръководството на дадено предприятие, като предоставя нужния анализ за състоянието на предприятието в точно определен момент. Организирането на управленското счетоводство е по решение на администрацията и за него не съществуват задължителни нормативни изисквания. Основните обекти, които изследва са разходи, приходи и финансовия резултат от дейността на организацията.

За разлика от финансовото счетоводство, за което източници на информация намираме още в края на XVIII век по българските земи, за управленското счетоводство се споменава в ограничен брой трудове на българските автори. Това е така, защото управленското счетоводство е сравнително ново направление не само в България, но и в цял свят.

В световен мащаб могат да бъдат обособени няколко главни етапа в развитието на управленското счетоводство:

- От 1550г. до 1750г. етап на практическо извършване на книговодство за разходите;
- От 1750г. до 1870г., през който се разработва счетоводството за разходите с цел контрол върху дейността;
- От 1870г. до 1930г. – преход от разходно към управленско счетоводство;
- От 1930г. до наши дни като през 50-те години на XX в се утвърждава дисциплината „Управленско счетоводство”<sup>23</sup>

Това деление е условно, тъй като съществуват и други мнения<sup>24</sup> относно развитието на управленското счетоводство.

Важно е да се отбележи, че поради редица причини, произхождащи от политическите и икономическите условия в страната ни, развитието на счетоводната наука и в частност на управленското счетоводство започва на по-късен етап в сравнение с развитите страни в Европа и САЩ. Все пак характерно за управленското счетоводство в България е, че то също минава през няколко етапа от възникването си до наши дни:

- Период на калкулационно счетоводство – 20-те – 50-те години на XX век.
- Период на счетоводство на разходите и пълната себестойност – от 50-те до 80-те години на XX век.
- Период на управленското счетоводство – от 90-те години до наши дни.

След 20-те години на 20 век до Втората световна война в България са публикувани редица значими разработки по счетоводство, в т.ч. по управленското счетоводство.

<sup>23</sup> Трифонов, Т., Управленско счетоводство, Сиела, София, 1998г., с.15



во, като сред техните автори се открояват имената на Ф.Бемер, Д. Добрев, И. Пандов, В. Гериоловски, Г. Йонков, Г.Тошев и др. През този период в България се поставят основите на българската счетоводна теория. Впоследствие с развитието на стопанската дейност, на производителните сили и производствените отношения се правят и първите по-сериозни опити за теоретично обяснение както на счетоводния баланс, така и на други термини и понятия, използвани в счетоводството, обекти, функции, принципи и задачи, както и за класифицирането на разходите.

Началото на развитието на направлението управленско счетоводство в България се поставя с обясняването на същността и значението на калкулирането. То се явява предшественик на управленското счетоводство. Първите опити за това започват още през 30-те години на XX век. През този период българското счетоводно законодателство е било под влиянието на немските школи. Не прави изключение и управленско счетоводство. Твърди се, че по това време съществува школа от автори, които посвещават изследванията си на калкулационната теория. Например Д. Добрев, който е привърженик на тази школа, твърди: „Калкулацията е метод за изчисляване на костуемите стойности.“<sup>25</sup> Той подчертава една от основните разлики между счетоводството и калкулацията е насочеността във времето – докато счетоводството отразява информацията за минало време, то калкулацията е насочена към бъдещи планови действия.

Постепенно започват да се формулират основните функции на калкулативно-счетоводство, а в последствие и на управленското: прогностична, аналитична, информационна и контролна функция.

В края на 40 – те и началото на 50 – те години на миналия век в България се утвърждават нови обществени отношения, основаващи се на държавната собственост върху средствата за производство. Обществената собственост върху тези средства променя характера на производствените отношения в съответствие с развитието на производителните сили. Всичко това предопределя и промяната в ролята и значението на счетоводството в условията на планово развитие на икономиката. Създаваната по счетоводен път информация не се използва за вземането на решения от различни групи потребители, а е насочена към упражняване на контрол върху опазването на социалистическата собственост, изпълнението на плана и снижаване себестойността на произвежданата продукция. През този етап от развитието на счетоводството в България, сче-

<sup>24</sup> Павлова, М, Управленско счетоводство, ЛБМ Инвест, 2010г.

<sup>25</sup> Добрев, Д., Учение за отделното стопанство, С., 1941г., цитирано по Павлова, М, Управленско счетоводство, ЛБМ Инвест, 2010г.;



товодната информация се използва предимно за съставяне на планове и прогнози относно бъдещото развитие на предприятията от отделните отрасли и осъществяване на контрол върху държавните предприятия в рамките на националната икономика. Основен потребител на информация от финансовите отчети е социалистическата държава, която много често налага счетоводителите в предприятията освен елементите на годишния финансов отчет да съставят множество статистически и други справки, които по необходимост да бъдат представяни на съответните държавни органи.

Важно е да се подчертае, че до края на XX век в България водещо е финансовото счетоводство, разискват се основните проблеми, обясняват се понятията в сферата, обсъжда се правната регулация. След това, обаче, настъпилите изменения в ролята и значението на счетоводството в условията на планова икономика, предизвикват съществени промени, засягащи както теоретичните основи на счетоводството, така и практическата реализация на отделните счетоводни способности. 50-те години на XX век се характеризират с насочване на вниманието на счетоводителите и ползвателите на управленска информация към класифициране на разходите с цел изчисляване на печалбата и осъществяване на контрол, използване на бюджетирането и прилагане на различни методи за калкулиране.<sup>26</sup> В обобщение може да се посочи, че това е моментът, в който се извършва преход от разходното към управленското счетоводство.

Както беше отбелязано, докато в развитите страни за управленско счетоводство се говори още в началото на XX век, то в България то се обособява като научна дисциплина на много по-късен етап. Промените в икономическия и политически живот през периода по времето на прехода към пазарна икономика дават тласък за развитието на не толкова познатото в страната ни направление на счетоводството, а именно – управленското счетоводство. Редица автори публикуват свои разработки и статии върху управленския счетоводен анализ, сред които: В. Ранков, Ал. Георгиев, Т. Трифонов, М. Павлова, Б. Йонкова и други. Със своите трудове те допринасят за разясняване същността на управленското счетоводство, за неговите функции, задачи, отделя се особено внимание на класифицирането на разходите.

Поставени са основните акценти в управленската счетоводна наука:

- Управленското счетоводство използва и обработва данни от счетоводната система, в частност финансовото счетоводство. В резултат на това то предоставя информа-

---

<sup>26</sup> Павлова, М., Управленското счетоводство – минало, настояще и бъдеще /ретроспективен поглед/, сп. Български счетоводител, бр. 6, 2009 г., с.12



ция на вътрешни на предприятието потребители. Тази информация спомага процеса на управлението на предприятието.

- Управленското счетоводство има за цел да направи задълбочен анализ на приходите и разходите в едно предприятие.
- Основна насока е калкулирането на себестойността на продукцията и услугите.
- За да се осъществи връзката между стратегическо и оперативно управление са нужни подходящи методи за анализ на фактически и планови данни.
- Чрез обработената информация се създава нужната база за формулиране на адекватни стратегии на предприятието, планиране, контрол, оптимално управление на ресурсите, установяване и предвиждане на приходи и разходи.
- Обособени са функциите на управленското счетоводство: планиране и бюджетиране; подпомагане вземането на решения; остойностяване на продуктите и услугите; контрол на дейността.

След като е поставен фундамента на управленското счетоводство с неговите принципи и е разяснена неговата същност, то се обособява като самостоятелна научна дисциплина. От този момент на управленското счетоводство предстои да бъде усъвършенствано и да възприеме вече изпитани методи и практики, за да може то да се утвърди не само като теория, но и да се наложи като практика в предприятията.

За да стане това е нужно да се следват следните насоки за развитие на управленското счетоводство:

- Запазване на традициите.

Необходимо е да бъдат запазени традициите от българското счетоводно законодателство и практика. При разработването на всяка научна дисциплина трябва да се има предвид миналия опит и практика, които са се налагали в страната.

- Заимстване на научни достижения и практики.

Управленската счетоводна теория и практика възниква и се развива на по-късен етап в България, в сравнение с останалите страни от западна и северна Европа. Ето защо, е нужно в българската практика да се заимстват вече изпитани методи, които да бъдат съобразени с икономическото развитие на стопанските единици в страната ни.



- Насочване на вниманието към стратегическото управленско счетоводство (управленско счетоводство за стратегически решения<sup>27</sup>).

Тъй като вече утвърдените методи на традиционното управленско счетоводство срещат както много привърженици, така и противници, то все повече започва да се акцентира на стратегическото управленско счетоводство. То по своята същност е направление на управленското счетоводство, като освен че допълва постиженията в областта на управленската счетоводна наука и отменя някои от вече приетите постулати.

За съжаление проучванията в практиката сочат, че нов инструментариум свързан с управленското счетоводство трудно може да се наложи и често е отхвърлян. Въпреки, че напоследък са изготвени много инструменти, които допълват управленската счетоводна теория, като например, калкулиране по преки разходи и бюджетиране и са навлезли широко в практиката, все още в страната продължават да се използват традиционни методи. Като причини за това могат да се посочат както преобладаващата роля на финансовото над управленското счетоводство, така и недостатъчната подготовка на управленските счетоводители относно практическото прилагане на новите инструменти.<sup>28</sup>

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условията на бързоразвиващи се иновации и технологии, ограниченост на материални и трудови ресурси, глобализация и нарастваща конкуренция е необходимо всяка стопанска и нестопанска организация да търси възможно най-ефективни начини за управлението на своите ресурси. Освен това, трябва да се търсят алтернативни стратегии за постигането на стратегическите цели. Това може да се постигне чрез управленското счетоводство, както и неговото направление – стратегическото управленско счетоводство. Основна цели са улесняване на управленския персонал при взимането на адекватни решения, съобразени както с вътрешната, така и с външната среда на организациите. Въпреки че професията на управленския счетоводител все още не се е утвърдила напълно, все повече и повече малки, средни и големи предприятия в България се ползват от услугите им. Това е стъпка към развитието не само на отделните стопански единици, а като цяло към подобряване на бизнес средата в страната ни.

<sup>27</sup> Павлова, М., Управленско счетоводство за изработване на стратегически решения, сп. Български счетоводител, бр. 19, 2009г., с.11

<sup>28</sup> Кръстева-Христова, Р., Професията на управленския счетоводител – европейски и национални аспекти, 2011г.;



## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Анкова, И., Развитие на управленското счетоводство, Годишник на СУ „Св.Климент Охридски“, Стопански факултет, 2015г.
- [2] Анкова, И., Управленско счетоводство в агропромишлен холдинг, Авангард Прима, София, 2015г.;
- [3] Велева, М., Исторически път и перспективи за развитие на закононото регулиране на счетоводството в България, 2015г. ;
- [4] Генов, Г. и др., Теория на счетоводството, ИК Стено, 2005г;
- [5] Йонкова, Б., Управленско счетоводство, 2006г.;
- [6] Кръстева-Христова, Р., Професията на управленския счетоводител – европейски и национални аспекти, 2011г.;
- [7] Павлова М, Теория на счетоводството, София, 2010г.;
- [8] Павлова, М, Управленско счетоводство, ЛБМ Инвест, 2010г.;
- [9] Павлова, М., Управленско счетоводство за изработване на стратегически решения, сп. Български счетоводител, бр. 19, 2009г., с.11;
- [10] Павлова, М., Управленското счетоводство – минало, настояще и бъдеще /ретроспективен поглед/, сп. Български счетоводител, бр. 6, 2009 г., с.12;
- [11] Спасов, Д., Счетоводство по българските земи, Издание на СА „Д. А. Ценов“, 2000г.;
- [12] Трифонов, Т., Управленско счетоводство, Сиела, София, 1998г.;





## ПОЛИТИКА НА МУЛТИКУЛТУРНО НИВО

### POLICY AT MULTICULTURAL LEVEL

**Маринела Балеvsка и Деница Симеонова**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
e-mail: marinela\_balevska@abv.bg

#### **Abstract**

*Politics at multicultural level*

- 1. Religion and politics in the past*
- 2. Religion as a factor in the political life of the society*
- 3. Functions of religions in the society*
- 4. Interrelation between politics and religion*
- 5. The state and the church: basic models of interaction*

**Keywords:** Politics, Religion, political life, interaction

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

„Чиято е властта, негова е религията.“ - Латински сентенции

От древни времена и политиката, и религията са основни форми на обществен живот на човека, разглеждан като единица на обществото. Тези две сфери и по-точно тяхното взаимодействие и взаимно влияние може да бъде намерено на всеки етап от развитието на човешкото общество.

Самото присъствие на религията в обществения човешки живот като цяло и по-специално в политиката, показва наличието в човешкото съзнание на феномена на вярата. Тя е израз на способността на човешкия ум да приема информация, без доказателствена и без логическа последователност. Именно на тази способност са основани всички религии. Можем да направим връзка между двете разглеждани сфери на човешкия живот чрез обвързването на понятието вяра с концепцията на доверие. Последното понятие е неразривно свързано с упражняването, обсъждането и воденето на политика, доколкото тя е израз на представителство на определени идеи и стремежи.

Отбелезваме, че понятийните отношения „църква/ държава“ и „религия/ политика“ не са идентични, въпреки че са много тясно свързани. Религията е представена чрез Църквата в структурата на обществото. Както и всички други структурни образувания, и те, са предмет на политическата власт в лицето на държавата.



Политика – сферата на отношенията между отделните личности и социални групи по повод на държавната власт, държавното устройство вътре в обществото и между-държавните отношения, предназначени да изразят своите общи интереси

## ИЗЛОЖЕНИЕ

### 1. Религията и политиката в миналото

Още от дълбока древност хората обожествявали природните стихии. Нуждата от контакт със свръхестествени сили породила потребност от гадатели и пророци. Постепенно различните суеверия били оформени в единна система от вярвания със съответните правила, табута и начин на почитане на боговете. Появило се и съсловие, което гарантирало правилното спазване на ритуалите и молело безсмъртните за благополучие и закрила. Култовите места на поклонение постепенно се застроявали с храмове, в които постъпвали пожертвования от набожни дарители, жреците били освободени от данъци и военна служба, и придобивали все по-голяма власт като оказвали влияние върху провежданата политика на градовете и държавите. Страхът от отлъчване, а оттам и от загуба на власт, карал управниците да се съобразяват с влиятелните представители на духовенството. От друга страна подкрепата на жреческото съсловие гарантирало легитимността на владетеля, който така бил признат от боговете и можел да управлява без опасение от размирици вътре в държавата. Така постепенно се създадала най-устойчивата форма на държавно управление - симбиозата между религията и политиката.

Такъв тип взаимодействие между управляващата светска и духовна власт, основана на взаимни отстъпки, с цел извличане на максимална изгода на малцинството от мнозинството е позната от антични времена. Като исторически примери могат да бъдат посочени Древен Египет /където фараонът е същевременно и бог/, в Персия при династията на Сасанидите /т. нар. съюз между трона и олтара/. Впоследствие Източната Римска империя взимства от тях този модел и го прилага в Християнството, оформяйки цезаропапизъм, т.е императорът е наместник на Бога на земята. Тази форма е доста стабилно образование и се запазва през вековете при всички източни монархии, завършвайки с Руската Империя /до началото на 20 век/.

Владетелят /съсредоточил в ръцете си военната власт/ дава привилегии на жреческото съсловие /земи, роби, освобождение от налози/, а жреците от своя страна го легитимират пред суеверните маси като "богопомазан", "богоизбран", "свещен", което му гарантира абсолютно господство.



В обществата с такъв тип взаимодействие между религия и държава /особено при монотеистичните религии/ войните винаги са "свещени", защото се водят от името на владетеля - "божия наместник на земята". Войната в общия случай е иницирана от властваща група, а религията служи за допълнителна обосновава и легитимация на действията ѝ и влияе върху мотивацията на участниците. Разбира се имаме често и обратният вариант, когато религиозният лидер провъзгласява «Свещена Война», която политическите водачи са длъжни да водят, за да не изгубят влиянието и популярността си /например Кръстоносните походи в християнството или Джихадът в исляма/. За римските императори религията била средство за манипулиране на масите

Симбиозата между религията и политиката е най-устойчивата и манипулативна форма на управление, стига масите да не са се разочаровали от религията, както стана в Европа в края на миналото хилядолетие, когато вековни монархии, опиращи се на църковната власт, бяха пометени от обезверените народи /напр. Френската и Руската революция/.

## 2. Религия като фактор в политическия живот на обществото

Като форма на обществено съзнание, религия и политика взаимодействат постоянно, тъй като техните методи са почти едни и същи. Ето защо, тяхното взаимодействие ще съществува толкова дълго, тъй като те са част от обществения живот. Намесата на политиката и религията се извършва на две нива - структурни и функционални. Политическа рамка обхваща политическото съзнание, политическа дейност, политическа организация и политически отношения. Структура на религията - религиозно съзнание, религиозни дейности, религиозни организации и религиозни отношения. Следователно компонентите на религията и политиката са взаимно свързани. съществува най-тясно сътрудничество между първите три компоненти на двете системи.

Религиозното съзнание се формира главно въз основа на текста на свещените книги: Ведите, Библията, Корана и други подобни; Теоретичната основа на религията е не само богословска, но почти всички разгърнати философски, етични и социално-политически доктрини. Тя има пряко влияние върху формирането или подкрепата на определена политическа система, обществените отношения, свързани с проблема на публична власт.

Религиозни дейности на лицата чрез теоретичните и практическите нива може да влияе на политическия живот на обществото за изпълнението на политическата власт на поръчки или критика, като прибегват до религиозни доктрини. Религиозните



организации са най-тясното взаимодействие с политическия живот на обществото. Те са институционализирана форма на религиозни системи- като важна социална институция, предназначена за организиране на съвместно съществуване на хора и дейности, насложена върху функцията на институциите на публичната власт.

Връзката между институции на публичната власт с религиозните организации може да бъде повлияна от доминирането на някои светски публични институции, както и определянето на характеристиките на религиозния фактор до пълното подчинение на религиозните институции. Това зависи от конкретното време и място на дейността на религиозните и светските институции. Църквата, която има голям брой последователи в дадена страна, чрез своите многобройни привърженици, да създава благоприятни условия и това да влияе върху дейността на политическите институции и партии. Но в проблемна ситуация образуват секти и харизматични култове, чрез функционирането си създават проблем на политическо ниво. Тормоз, репресии срещу привържениците на отделните църкви, секти, култове често пораждаат икономическа и политическа нестабилност в обществото.

### 3. Функциите на религиите в обществото

Тясната връзка на религията и политиката се дължи и на основните функции, изпълнявани от религията в обществото. В религията има много различни социални функции и повечето от тях все още имат влияние върху политиката, но и са пряко свързани с нея, са както следва:

1. Мирогледна функция ( светогледна). Религия изпълва живота на вярващите с някакъв специален смисъл и цел, мирогледа може да насърчи вярващите да влязат в конфликт с местните поданици или политици ( държава, страна, движение, човек), ако техните принципи, конкретни действия са в разрез с възгледите и религиозни норми на индивида или институция.

2. Компенсаторна, или успокояваща – религията , която компенсира човека за неговата зависимост от природните и социални бедствия, премахване на чувството за собствената си безпомощност, тежки чувства на личен провал, негодувание.

3. Политическа - лидери на различни общности и държави използват религията, за да оправдаят действията си, за обединяване или разделяне на хората от религията за политически цели;

4. Регулаторната- към управление на изпълнението, поведението на вярващите, за подобряване на отношенията между тях. В историята на човечеството религията се за-



нимава единствено с изготвянето на определени норми на съжителство (морален, религиозен закон), контрол върху тяхната дейност, признание и наказание, мотивите и ценностите на членовете на обществото.

5. Законна- извършва се, когато защитаваме позиция чрез религиозна подкрепа, или обратното,и осъждаме власт, идеи или действия. Политиците често се обръщат към религията като структура за подкрепа на универсалните ценности, обръщат прес-тижа на религия в тяхна полза.

6. Интегриране - реализацията на големия потенциал за интегриране на религията позволява на хората да бъдат наясно за себе си като единна религиозна общност, спое-ни от общи ценности и цели; религията обединява обществото без отделни съюзи. То не е обвързано от националните граници, могат да се обединят различните социални групи, сили, народи и държави. С началото на една вяра се събират много хора, по раз-лични причини (включително политически).

7. Културна - религията насърчава група-културна среда (писане, икони, музика, етикет, морал, философия и др ...)

8. Дезинтегриране - религия може да се използва за разделяне на хората, за да под-буждат омраза и дори войни между различните религии и вероизповедания, както и в рамките на религиозна група.

Религията, съобразно с функциите си, определят различното си влияние в раз-личните общества върху определените от нея сфери. Всяка общност може да бъде раз-делена на няколко части спрямо критерии, например теоритоална единица, социална група. По този начин, политиката и религията са тясно свързани както на структурно, така и на функционално ниво.

#### 4. Взаимовлияние политики и религии

Влиянието на политиката върху религията се проявява в някои политически дейности или разпространение на определени идеи, които могат да компрометират да-дено религиозно образование или конкретни хора. Съществуват различните политики през различни времена, заимствани от Библията и идеята на избрания народ. В полити-ката винаги са били хора, склонни да видят религията като метод за идеологическа борба. В процеса на политизация в рамките на религията се проявяват противоречия между вярващи и религиозни лидери. Някои политизират религията, развиват религи-озни и политически доктрини, търсят религиозна обосновка на политическото дейст-вие. Тяхната система от вярвания е доминирана от политическите мотиви. Други про-



тивници на политизирането на религията, смятат, че религията в никакъв случай не трябва да се превърне в инструмент на идеология или политика, и тя трябва да укрепи духовните устои на обществото. Това вътрешно противоречие води до развитието на отношенията между религия и политика.

Религия все още има значително влияние върху политическия живот в повечето страни по света. Укрепената религиозност засилва обществения морал, нравственост, съответно и върховенството на закона. Самата религия, със своята система от ценности и идеи, може както положително, така и отрицателно да повлияе върху авторитета на правителството или които да било политически субект. Религията определя вниманието към глобални проблеми като опазването на мира, борбата с глада, особено опасни заболявания, екологията, демографията и т.н., тя действа като център, около който се събират всички, които се интересуват от решаването на тези проблеми. Политиците се интересуват от решаването на тези проблеми, поради естеството на тяхната професия и пренебрегват рядката възможност да използват авторитета на религията, за да се запази престижа им. Откриваме религията и като част от символите на държави, политически партии и обществени организации. Религиозните празници са също в обществеността в повечето страни на света, религиозни лидери са част от политическия елит в много страни, дори с клетвата от висши служители при встъпването си в длъжност често има и религиозна церемония. Религия може да влияе върху политиката и в посоката на политическа интеграция. Това е малко по-различен вид на интеграцията, която е обединение на различни политически формации и членки въз основа на религиозна основа (Световния будистки Алианс, Организацията на ислямската конфедерацията), въпреки че те са в различни етапи на икономическо развитие, и дори често прибегват до политическа конфронтация между тях. Религиозният фактор се взема предвид във външната политика на всички по-големи сили в развитието на съответните учения и изпълнението на конкретни действия на световната сцена.

Религиозни мотиви често са в основата на радикални политически действия, предприети от различни религиозни и политически субекти. Например, тъй като на арабско-израелския конфликт е настъпила силна ислямизация на външната политика в редица ислямски страни, което доведе до разпространението на идеологията на "Ислямски ред". Религията освен чрез прякото въздействие върху политиката има и косвено влияние, чрез философски, морални и правни основи на обществото, на база на които се формират, под влиянието на вътрешно и външно политика на държавата, полити-



ческите и икономически интереси. Например, християнските ценности са в основата на редица политически концепции на Запада, ислямски стереотипи засягат дейността на мюсюлманските държави, и будизма е намерил израз в политическия живот на народите на азиатския континент. Такива черти като самосъзнание, патриотизъм също се формират под влиянието на религиозни концепции, чрез образователната система и култура.

Това са основните области на влияние на религията върху политиката и обратно. Оказва се, че религията е заимствала от обществено-политическата система, концепцията за йерархия на няколко нива, а политиката, от своя страна, се е поучила от принципите на обществените отношения в мулти-културна нация. Тези принципи включват свобода на религията, толерантността, справедливостта и равенството на възможностите.

#### 5. Държавата и църквата: основни модели на взаимодействие

1. Теокрация. Тя се проявява като форма на управление, при което цялата власт в държавата принадлежи на глава на църквата и духовенството. Класическата теократична философия е съществува в Юдея, където цялата власт е концентрирана в ръцете на свещениците; в 756-1870-те години - в папската държава, и от 1929 г. насам - във Ватикана, където папата е абсолютен монарх.

2. Цезаропапизмът. Той се проявява като светска силова политика, насочена към подчиняването на целия живот на Църквата; комбинацията на държавата в лицето на светския владетел на най-високия духовен орган. Цезаропапизмът е модел на управление, зародил се във византийската империя, при който властта на деспота е върховна и за народа, и за църквата. Царят, или върховният суверен претендира да упражнява абсолютна власт и нищо в държавата не става без неговата воля.

3. Законодателна подкрепа, която осигурява привилегирован статут на някои църкви в държавата. Статутът на държавната църква предвижда държавно финансиране на религиозните институции. Състоянието на църквата в различни форми съществуват в Англия, Швеция, Дания, Иран, Кувейт, Саудитска Арабия, Тайланд и други страни.

4. Разделяне на църквата и държавата. На практика това означава, че не може да има активна намеса в църковните дела от страна на държавата и намеса на държавните институции в делата на църквата. Този модел е характерен за бившите социалистически страни от лагера, където законодателството теоретично гарантира свободата на съвестта, а реално вярващите са обект на дискриминация.



5. Ненамеса на църквата и държавата в делата една на друга. Тя осигурява максимално да се гарантира свободата на религията и толерантност в страната. Законодателна консолидация на свободата на вярата и неверието са граждани на САЩ, Франция, Турция, Украйна.

В зависимост от традицията, модела на църковно-държавните отношения, има няколко схеми за финансова подкрепа от държавата към религиозни институции:

1. Пряко държавно финансиране на религиозни организации и държавният контрол върху използването на средствата (Ватикана, Гърция, Белгия, Люксембург, Норвегия, и т.н.).

2. Събиране на специална "църква" данък, който се изразходва в съответствие с желанията на данкоплатците (Италия, Испания, и др.)

3. Използването на "църквата" за данъчни религиозни организации по тяхна преценка, с минимум държавен контрол (Германия, Австрия, Швейцария, Швеция, и др.)

4. Липса на финансова помощ за държавна религия, която съществува благодарение на дарения на вярващи, църковни постъпления от стоки и други подобни. Това е типично за страни, в които църквата и държавата са разделени един от друг (САЩ, Франция, Украйна, Холандия).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Религията се намесва в правилното разбиране на някои въпроси. Въпреки това, ролята на религията в обществения живот се увеличава, и това не бива да се подценява. Религия започва да играе все по-значима роля във формата на социална институция, и като обект на политиката, и като извор на националната култура и история, и като люлка на философски и етични учения, и в реалния му вид. Религиозни отношения сега се движат в категорията на стратегически глобални въпроси, които трябва да бъдат предмет на по-задълбочено проучване и уреждане на равна нога с международни въпроси на разоръжаването, сигурност, човешки права, околната среда и други въпроси.

Най-значимият момент в отношенията между религия и политика трябва да бъде въпросът за най-ефективното, от гледна точка на обществото, съвместно съществуване на населението, изповядващо различни религии. В резултат на тази работа, най-разумно е политиката на добро съжителство и справедливо развитие на различните вероизповедания и държавата.



Религия днес действа като един вид морален и етичен контрол, хуманистичната образователна система се фокусира върху традиционните ценности. По този начин, на религията може да се гледа като на механизъм за спасяване на морални ценности и национална идентичност и засилване на солидарността между държавите и народите, като се следва добросъвестна управленска политика .

"Религията е считана от обикновения човек за истина, от мъдрия- за лъжа, а от управниците - за полезна"- Сенека

## ЛИТЕРАТУРА

1. Политология. Основни понятия и логически схеми/ VA Мелник. - Мп: Висше училище, 2003
2. Политология. Радугина А.А. - Москва: Центр, 2004
3. Религиоведение. Под ред. Радугина А.А. - Москва: Центр, 2005.





## ФИРМИТЕ ЗА БЪРЗИ КРЕДИТИ – ОСНОВЕН КОНКУРЕНТ НА БАНКАТА ИЛИ НЕ СЪВСЕМ?

## COMPANIES FOR FAST LOANS – MAIN COMPETITOR OR NOT QUITE?

**Мария Стефанова**  
ВТУ „Св. в. Кирил и Методий“  
e-mail: [mariastefanova@gmail.com](mailto:mariastefanova@gmail.com)

### Abstract

*The purpose of this report is to explore alternative lending from companies for fast loans, also positive and negative aspects of banking and non-banking lending, as well as regulations in the legal - regulatory framework. Who are their main users, what their conditions offered and what makes them different from commercial banks.*

**Keywords:** lending, banking, non-banking, regulations.

### ВЪВЕДЕНИЕ

Небанковите кредитни дружества навлизат неусетно на банковия пазар и придобиват значителен дял в кредитирането. Те подлежат на регистрационен режим от Българска народна банка (БНБ) и се вписват в Регистър на финансовите институции, воден от БНБ. Бързите кредити, които те предлагат, могат да бъдат използвани за широк спектър от услуги, като например плащане на сметки за комунални услуги, покриване на разходи за лични нужди, семестриална такса за университета, спешни медицински разходи, обучение, екскурзии, ремонти, непредвидени разходи, плащане на вноски по ипотечни или други потребителски кредити.

Целта на настоящия доклад е да разглежда положителните и отрицателните страни на банковото и небанковото кредитиране, както и въздействието на правно-нормативните регулации.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

#### I. Позициониране в кредитния пазар

През последните години се наблюдава тенденция на голям брой необслужвани бързи кредити, съпътстващи от постоянно нарастващи лихви. Събираемостта на тези вземания се извършва по нетрадиционни начини, един от които е чрез посещение на “кредитен агент”. Не малко са хората, пострадали от такъв тип кредитни фирми.



По последни данни у нас има 148 компании, предлагащи бързи кредити, като през годините броят им е бил променлив (вж. Таблица №1). Забелязва се свиване на пазара на бързите кредити, поради приетите реформи през този период от законодателя.

Таблица 1. Брой дружества и техните активи на годишна база<sup>29</sup>

Година	2012	2013	2014	2015
Брой дружества	156	174	164	148
Активи (хил. лв.)	2 532 852	2 615 874	2 748 761	2 938 575

Като основен ползвател на лесно достъпните кредити са домакинствата и нетърговските организации, обслужващи домакинствата. Техният относителен дял в общия размер на вземанията за 2015 г. е 79%. Забелязва се намаление на лошите кредити за 2014 г. са със стойност 26,9%, а за 2015 г. – 21,7%.<sup>30</sup>

Според данни на БНБ към края на декември 2015 г. вземанията по кредити на дружествата, специализирани в кредитиране са 2.161 млрд. лв, което е 2,5% от БВП на страната ни. В сравнение с 2014 г. , кредитите са били в размер на 2.048 или 2,4% от БВП<sup>31</sup>. Стойността е нараснала с близо 100 млн. лв. за последната една година.

## II. Съпоставка

Разглежданите обекти имат еднороден обхват на действие, а именно кредитирането, но различни политики и сфери на кредитиране. Основната цел на банковите институции е насочена към дългосрочност в опускането на заемни средства, а насочеността на небанковите финансови институции е към краткосрочни, бързи заеми.

Основна разлика между двата типа кредитиране е принципът на който те се основават или по-точно извършват своята дейност. Една от основните дейности на търговските банки е да акумулират финансови ресурси, т.е. депозити, на база на които отпускат заемни средства. Кредитирането се извършва чрез акумулиране на достатъчен брой депозити или по-точно набиране на чужди средства. За разлика от тях, средствата,

<sup>29</sup> БНБ, Активи и пасиви на дружествата, специализирани в кредитиране  
<http://www.bnb.bg/Statistics/StOtherFinancialInstitutions/StLendingCorporations/index.htm>

<sup>30</sup> БНБ, Статистика на дружествата, специализирани в кредитиране, Декември 2015  
<http://bnb.bg/PressOffice/POStatisticalPressReleases/POPRSLendingCorporations/index.htm>

<sup>31</sup> БНБ, <http://www.bnb.bg/Statistics/StOtherFinancialInstitutions/StLendingCorporations/index.htm>



с които боравят фирмите за бързи кредити, не са публично набрани чрез депозити и спестявания на граждани или фирми, както при банки, а са собствени.

За да получи лиценз всяка търговска банка трябва да внесе собствен капитал не по-малък от 10 млн. лева. Фирмите за бързи кредити подлежат на регистрация и внасяне на собствен капитал от 1 млн. лева. Тук се откроява друга разлика, а именно режим на създаване.

За разлика от процедурата по отпускане на кредит от търговските банки, процедурата по отпускане на заем от фирмите за бързи кредити е доста по-улеснена и със значително по-малък набор от документи. Те са пригодени за максимално улеснение на клиента.

Сумата за заемите също е отличителна черта, при която се открояват различия. Най-често сумата на бързия кредит се ограничава до 1000 лева или до стойността на осигурителния доход на кандидата за кредит. Биват краткосрочни, индивидуални, най-често с потребителски характер и кандидатстването може да се извърши онлайн. В зависимост от срочността се определя и цената на кредита. В една банкова институция минималния праг на сума за потребителски кредит е между 2000 лв. и 3000 лв. в зависимост от целевото предназначение.

Методологията при одобрение на кредит и при двете институции е сходна. Те боравят с еднакъв достъп до регистри, база данни, достъп до кредитни досиета, прилагане на скоринг системи и др. Но тук се откроява и друга разлика - банките целят да получат информация, както от държавните институции, така и от самите кредитоискатели, чрез изискване на определени документи, докато фирмите за бързо кредитиране не затрудняват своите клиенти чрез изисквания на други документи освен този за самоличност.

Някои банки предлагат онлайн попълване за искане за кредит, след което, при одобрение, е необходимо посещение в клон на банката за предоставяне на останалата документация и заявяване на конкретен поръчител. Друго характерно условие за отпускане на банков кредит е откриване на дебитна сметка в съответната банка. Дружествата, специализирани в бързото кредитиране, използват по-различен способ, а именно кредит, предоставен чрез интернет платформа, като сумата по заема се предоставя по банков път или чрез различни системи за плащане.

Банките предлагат на своите клиенти застраховки, които са включени в цената на кредита, за да гарантират стабилност за себе си и кредитоискателя. Това е една от



опциите при непредвидими случаи, за да не се нарушава стабилността и надеждността в клиента и банката. При бързите кредити този стабилен лост липсва. Това е една от причините, която ги прави недостатъчно надеждни и без задълбочена позиция на кредитния пазар, т.е. при тях сигурността е ограничена.

В таблица 2 са отразени основни параметри на банка "ПроКредит" и "Кредисимо" - дружество, специализирано в бързото кредитиране. "ПроКредит" Банк е на девето място<sup>32</sup> във втора група в класацията на Управление "Банков надзор" на БНБ, а „Кредисимо“ е дружество с първа позиция сред фирмите за бързи кредити по присъден кредитен рейтинг.

Таблица 2. Сравнителна характеристика по общи показатели на банкова и небанкова институция

Дружество	ПроКредит Банк <sup>33</sup>	Кредисимо <sup>34</sup>
Вид кредит	Потребителски кредит	Кредит "До заплата"
Сума	От 5 000 до 20 000 лв.	До 2 000 лв.
Срок	От 6 месеца до 7 години	До 18 месеца
Одобрение	До 2 работни дни	До 7 минути
Обезпечение	Превод на работна заплата	Няма
Такса за разглеждане на искане за кредит	Без такса	Без такса
Такса при отпускане на кредит	Без такса	Без такса
Такса промяна в условия по кредит	0.25% върху дължимата сума	Няма

От направеното сравнение между двата вида кредитиране се забелязва разграничение спрямо общите показатели. Чрез направеното изследване потвърждаваме уско-

<sup>32</sup> [http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb\\_download/bs\\_201601\\_a0\\_bg.pdf](http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_download/bs_201601_a0_bg.pdf)

<sup>33</sup> <http://www.procreditbank.bg/bg/potrebitelski-kredit/page/27>

<sup>34</sup> <https://credissimo.bg/>



рената процедура на бързите заеми и се очертава по-специфичната процедура при теглене на банков заем. Важно е да се подчертае минималния праг на сумата, именно тя характеризира останалите показатели, както и самата институция. Двете дружества са твърде разграничими, с различен характер на дейността. От тук следва, че търговските банки са по-обвързващи, спрямо техните условия за кредит. Фирмите за бързи кредити предлагат леки условия, за по-кратък период, но също така и за сума в по-малки размери.

### III. Промени в правно - регулационна степен

За да стартират своята дейност, небанковите кредитни институции преминават през задължителна регистрация в Централната банка.

Българската народна банка поддържа Регистър на финансовите институции, съгласно чл. 3а от Закона за кредитните институции (ЗКИ), който е публичен и съдържа основни данни както за вписаните дружества, които извършват дейност на територията на Република България, така и за заличените финансови институции.

Дейността на финансовите институции е дефинирана в чл. 3, ал.1 от ЗКИ, като тя е съобразена с изискванията на разпоредбите на Директива 2013/36/ЕС относно достъпа до осъществяването на дейност от кредитните институции и относно пруденциалния надзор върху кредитните институции и инвестиционните посредници, за изменение на Директива 2002/87/ЕО и за отмяна на директиви 2006/48/ЕО и 2006/49/ЕО и Регламент (ЕС) № 575/2013 относно пруденциалните изисквания за кредитните институции и инвестиционните посредници и за изменение на Регламент (ЕС) № 648/2012. Към вписаните в Регистъра по чл. 3а от ЗКИ финансови институции БНБ прилага регистрационен режим.<sup>35</sup>

През 2014 г. се извършва промяна в Закона за потребителския кредит, което налага по-сериозни мерки относно бързите кредити. Въведен е таван на общата цена на кредита, като чрез тази реформа се очаква да настъпят промени в практиките на фирмите за бързи кредити относно тяхната легалност и прозрачност. Съпътстващата промяна налага и повече изисквания към самия кандидат - чиста кредитна история, сигурна доходност и наличие на поръчител.

<sup>35</sup> БНБ, Банков надзор

[http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSFinansInstitution/BSFIRegistrers/BSFIReg\\_Introduction/index.htm](http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSFinansInstitution/BSFIRegistrers/BSFIReg_Introduction/index.htm)



През 2014 г. е внесен Закон за небанковите финансови институции. Проектът е изработен от БНБ и Комисията за финансов надзор (КФН), съгласуван с Европейската централна банка (ЕЦБ).

Друга планирана регулация е тези финансови дружества да бъдат под контрола на КФН, като е необходимо да преминат от регистрационен режим на БНБ към лицензионен.

Съгласно ЗКИ и чл. 4, ал.1 от Наредба № 26, минимално изисквания капитал за регистриране на небанкова кредитна институция е 1 млн. лева. Поради предизвикателния интерес към този пазар реформата е наложена с цел затрудняване или ограничаване на достъпността. Въвеждането на по-високи капиталови изисквания цели да осигури по-голяма защита и по-високо качество на обслужване чрез отсяване на компании, целящи оптимални условия и професионализъм.

Внесеният през 2014 г. законопроект за самостоятелна нормативна уредба на такъв тип финансови институции е попаднал в статично състояние. Не се наблюдава развитие в посока на планираните регулации.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

За да функционира една икономика пълноценно е необходимо да има стабилна банкова система. Банките са основен източник на парични заемни средства. Те остават доверен съучастник в платежния процес. Задълбочеността, с която е свързана тяхната кредитна дейност е един от факторите за стабилността и сигурността, които те дават на своите клиенти.

Забелязва се тенденция на увеличение на фирмите за бързи кредити. Техният лош имидж се подобрява и набират скорост в небанковото кредитиране. Предлагат условия, които са удобни за масово потребление. Чрез правно - регулаторните промени се цели защита на потребителите и превенция спрямо нелоялно кредитиране.

От направения сравнителен анализ се отчита, че двете сфери имат повече разлики, отколкото прилики. Най-съществената обща черта между тях е предлагането на пари. Както подчертахме, фирмите за бърз кредит имат различна дейност от банковата, акумулират своите приходи на база лихвеност. Условието им за отпускане на кредит са олекотени в полза на клиента. Всеки следващ заем е съпътстван с по-малък лихвен процент. Т.е. забелязва се една кръгообразна система, създадена от тези дружества за бързо кредитиране, в която въвличат своите клиенти.



## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Закон за кредитните институции, ДВ, бр. 94 от 14.08.2015
- [2] Закон за потребителския кредит, ДВ, бр. 14 и 57 от 2015
- [3] <http://bnb.bg/>
- [4] <http://www.procreditbank.bg/>
- [5] <https://credissimo.bg/>





## ПРИЗВАНИЕТО ДА БЪДЕШ ЕКСКУРЗОВОД THE MISSION OF BEING A TOUR GUIDE

**Милена Игнатова**

ВТУ „Св.св.Кирил и Методий”

### **Abstract**

*The report presents the essence of being a tour guide, the activity, the role of the guide and their importance for tourism as well as the positive and negative aspects of the tour guide profession. Results from a study on the views of local guides, group representatives and tourists are also presented.*

**Keywords:** guide activity, positives, negatives

### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Екскурзията като синоним на едно приятно пътуване, е не само невероятно приключение, в което сме готови да се впуснем, водени от нуждата да се откъснем за малко от ежедневието си. Тя е свързана още и с желанието на човек да посети и опознае нови и непознати за него места, да събере впечатления и преживявания и да се зареди с положителни емоции. Жаждата на всеки човек да опознае непознатото, да се чувства в сигурни ръце и да получи нова и интересна информация за местата които ще посети, води до нуждата от екскурзовод. Този човек, чиято професия е синоним не само на разказвач на красиви истории за дадено място, не е просто човекът, който ти разяснява подробностите за дадената държава, град или обект и само с това печели парите си. Професията екскурзовод е много повече от това.

### **ИЗЛОЖЕНИЕ**

Професията на екскурзовода е широко всеобхватна, многопластова и специфична. Тя разкрива качествата, които трябва да притежава човека, който си я е избрал. Тя е съвкупност от много личностни качества (като компетентност, организаторски умения, дисциплинираност, съобразителност, добра представителна външност, проявяване на висока култура, добър начин за изразяване, подход в отношенията си с туристите, увлекателност в изказа, инициативност и динамичност) и професионални качества, знания и умения. Екскурзоводът трябва да притежава компетентност и познания в сферата на различни науки като история, география, изкуство и култура, политология, етнография, икономика и финанси, психология и социология, както и базисни знания за маршрутите и туристическите места и обекти около територията, през която се преми-



нава. Специалните знания в основата на туризма - хотелиерство и ресторантьорство, са в плюс на всеки един екскурзовод. За бъде прогресиращ и процъфтяващ в своята професия, е хубаво екскурзоводът да притежава творчески качества, самата му натура да е артистична или спортна. Трябва да владее най-малко два чужди езика, на които да може да се изразява и контактува свободно. Трябва да има уменията и способност да планира, провежда и оформя екскурзоводските беседи.

Да бъде практична натура е едно от най-важните качества, които помагат на всеки екскурзовод да подбере най-точния и подходящ фактически материал, така че да грабне вниманието на групата. Прецизността и изпипването на детайлите по информацията идва от точна преценка и съобразителността спрямо групата, която ще води. Предпоставка за успех при един екскурзовод е точния и уместно избран маршрут, разнообразни методи на екскурзоводско обслужване и водене на екскурзоводски беседи.

За да бъде един екскурзовод много добър професионалист в своята работа, той трябва да притежава и функционални качества като: поддържане на професионални контакти с туристи и контрагенти, познаване на психиката и поведението на туристите при пътуване, детайлно познаване на всяка екскурзия, добро познаване на предлаганите услуги и продукти, умение да рекламира туристическите услуги на своя туроператор, да бъде гъвкав и съобразителен като съумява да продава стоки и услуги в движение, да бъде стриктен и вискателен при изискванията си към хотелиери, ресторантьори и чуждестранни екскурзоводи.

Качествата и характеристиките, които трябва да притежава всеки екскурзовод са необходими, за да може той да се справи с всички функции и задачи, които трябва да извърши. Екскурзовода трябва да бъде водач, отговорник за групата туристи, главното действащо лице във всяка екскурзия, организаторът, който отговаря за протичането на цялата екскурзия. С една дума той е образ на комплексното туристическо обслужване. За да може да покрие очакванията и изискванията към него той трябва да е мултифункционален и винаги да бъде готов да реагира адекватно във всякакви ситуации. Той е призван да осъществява разнообразни функции и задачи.

Основните етапи и елементи в съдържанието на програмата на туристическото пътуване трябва да бъдат добре планирани и подготвени. Това е първата и най-важна задача на всеки екскурзовод. Тези етапи включват:



1.Проучване и подбор на необходимата информация за участниците в пътуването като брой , социален, възрастов и професионален състав;

2.Задълбочено изучаване и разработване на ефективни средства за успешната й реализация,както и включване на нови и креативни идеи за изпълнение;

3.Съставяне на предварителен план, съдържащ: общата и детайлна разработка на маршрута с възможни отклонения, настаняване на групата в хотела , график за хранене,посещение на забележителности и др.

4.Снабдяване с необходимите информационни и рекламни материали -карти, пътеводители, разписания, бланки, формуляри и други документи за преминаване на граници и настаняване в хотели.

5.Подготовка и разпределяне на паричните средства, необходими за плащания в брой като пътни такси, входни такси за музеи и забележителности, такси за превоз и др.

Втората задача на екскурзовода е, координация и посредничество.<sup>36</sup>

Това означава той да поддържа връзки и да работи съвместно с представителите на транспортните фирми,хотели, ресторанти и др., които имат участие в обслужването на туристите.

Към функциите като координатор и посредник спадат уреждането на различни формалности по пътуването и пребиваването,подготовката и осъществяването на проверки на документи (при задгранични пътувания); попълване на формуляри при настаняване в хотели или при превоз в специализирани транспортни средства; уреждания на плащания и различни по характер разплащателни отношения; приемане и уреждане на място на рекламациите, постъпили от туристите по време на пътуването или пребиваването им в хотели, ресторанта или туристическото място като цяло; резервации за културно-развлекателни, спортни и други подобни мероприятия продажба на пакети от или единични допълнителни услуги, предлагани от контрагентите по време на организираното туристическо пътуване.

Третата функция на екскурзовода е да бъде информатор и консултант.Той трябва да умее да рекламира , за да може по-лесно да стимулира потреблението и качеството на предлаганите туристическите услуги.

Чрез даване на информация за посещаваните туристически места и обекти посредством беседата и помощта на елементи на анимация;чрез осведомяване за различни

<sup>36</sup>Павлов, К. Професия екскурзовод, 2015



заведения за хранене и развлечения, както и за възможностите за разнообразяване на престоя.

**Екскурзоводството е тясно свързано с туристическата анимация.** Характерните особености на анимацията влизат пряко в много от екскурзоводските дейности и се превръщат неразделна част от качествена екскурзоводска услуга. Туристическата анимация се определя от вида и формата на проведения туризъм, като се конкретизират условията и обстоятелствата, при които се провеждат. Съобразява се с географска разположение и климатични характеристики на мястото, възраст на участниците, любими занимания, хобита, нагласи, предпочитания и настроения, както и период на годината или на денонощието.

Участниците в обиколни туристически пътувания са подтикнати да бъдат активни, искат да се занимават с нещо, за да могат оползотворят свободното си време пълноценно. Ако обаче един екскурзовод няма аниматорски компетенции не може да се очаква да се създаде добра и позитивна групов атмосфера.

В позицията си на групов участник туристът очаква от екскурзовода знаци и импулси. Така, че ако екскурзовода не притежава качества на аниматор, дори и най-добре разработена програма бъде празна и неудовлетворяваща.

Екскурзоводът аниматор трябва да е сърдечен, любезен, отворен към хората, позитивен, лъчезарен, общителен, достъпен, креативен, способен за работа в екип. Той трябва да е мобилен човек, с талант, с вкус към изкуството, забележителен, отличителен, готов да бъде центъра на внимание, душата на групата.

Аниматор-екскурзоводи са онези, вдъхновяващи хора, с които трябва да прекараш свободното си време приятно и които да те накарат да се чувстваш, сякаш неусетно е минало свободното ти време. Тяхната най-важна задача е да съумеят да съчетаят полезното и приятно и да гарантират успеха на екскурзията, чийто център е релаксирането, отпускането и развлечението.

Двете дейности – екскурзия и анимация, са начин за разтоварване по време на пътуването и престоя на дадено място и са от голямо значение за ефективността на туристическото пътуване като цяло.

Представителните функции на екскурзовода, който трябва да бъде водач и да държи под контрол нещата, трябва да проявява такт, деликатност и дипломатичност. В същото време той не трябва да бъде прекалено строг и да се държи на разстояние. Туристическата група, която е поел трябва да се почувства обгрижвана и да получа-



ва нужното внимание. Туристите трябва да виждат в своя екскурзовод не само авторитетна фигура, която да ги респектира, но и човек който да им бъде опора и с когото да се чувстват приятно и комфортно.

Съчетанието на всички тези качества, които притежава и функциите които изпълнява екскурзовода са истинско предизвикателство. Тази професия не се изпълнява лесно, нито с лекота. Тя е проява на инициативност, гъвкавост и мултифункционалност.

Изключителната трудност в тази професия идва точно от нейната мултифункционалност. Тя е съчетава в себе си елементите на много различни професии, т.е. на екскурзовода му се налага да влиза в ролята на посредник, специалист по рекламата, информатор, преводач, аниматор, дори дипломат.<sup>37</sup>

Същевременно екскурзоводът трябва да проявява и творчески характер. Той трябва да умее да интерпретира информация по такъв начин, че да спечели вниманието на туристическата си група и да го задържи възможно най-дълго време. Това са едни от най-трудните задачи на екскурзовода : *„ Да спечелиш вниманието и доверието на туриста , да овладяваш критични ситуации незабележимо за останалите и виртуозно да жонглираш с времето, в което да вместиш оптимално предвидената програма. ”*<sup>38</sup>

Липсата на прекия контакт с началниците си му се налага да взема самостоятелни решения и да поема цялата отговорност. От там когато възникне с проблем с багаж, с настаняване или с резервация на даден обект или място, вината се стоварва върху екскурзовода.

При екскурзоводската професия няма стриктно регламентирано работно време. Понеже основната мисия на екскурзовода е да бъде винаги на разположение на туристите и да им помага, екскурзовода няма работно време и понякога се налага той да бъде на разположение по всяко време от денонощието. Поради силното влияние на външните фактори , екскурзоводите не могат да работят на смени. През натоварените периоди на туристическия сезон често се случват закъснения на туристите за определения обект. А при задгранични туристически пътувания с автобус се налага изчакване с часове по границите.

<sup>37</sup>Вълкова, В. Лекции по екскурзоводство, Велико Търново, 2015

<sup>38</sup>Весела Хедъеши, местен екскурзовод в Будапеща



Екскурзоводът няма установено работно място, защото характерът на работата му е толкова динамичен, че трябва постоянно да сменя работното място, което в един момент може да се окаже дори автобуса.

Екскурзоводството е най-динамичната професия във всяко едно отношение. Постоянното движение по различни маршрути и обекти, както при изпълнение на разнообразните си функции и задачи е показателно за това. Динамиката в тази професия не идва само от обстоятелството, в туризма преобладава пътуването, но от факта, че екскурзоводът работи в постоянно променящи се условия и понякога му се налага да прави трансфер на туристи през нощта, а на другия ден да ръководи едnodневна екскурзия. Динамиката в тази професия може до претоварване и преумората на организма.

Екскурзоводската професия има сезонен характер, не само при рекреационният туризъм, но и при останалите видове туризъм, при които се наблюдава неравномерност и цикличност през определени периоди от годината. От там сезонността в повечето случаи се явява пречка за наемането на екскурзовода целогодишно, така че екскурзоводите нямат плътно работно време и биват назначени за определен период от годината. От тук се поражда и главният проблем в тази професия. От една страна екскурзоводите се сблъскват с високите изисквания към тях, а друга с ниския престиж на професията, свързана с непостоянната трудова заетост, осигуряването, сигурността и успеха в кариерата.

Но екскурзоводската професия е по-скоро призвание, отколкото избор. Нарастващият през годините интерес към опознаването на нови и непознати места е довел до необходимостта от хора, които да водят туристите и да ги обогатяват със знания за посетенията места. *„Ако можем да говорим за избор, то по-скоро екскурзоводството ме избра.“* Интересът към Будапеща винаги е бил много голям и имаше нужда от хора, които да обслужват потока от туристи, пристигащи от България на роден език. В началото беше само хоби..., но с годините работата ставаше все повече и се наложи да направя скок в професионален аспект и да завърша курс по екскурзоводство, като следдипломна квалификация, за да получа лиценз. Наложиха го потребностите на пазара. Така, от близо 6 години насам, се превърна в приоритет и професия<sup>39</sup>

Така са се появила и професията на екскурзовода, чиято най-приятната част от това да е да общуваш директно с хората и да имаш възможността чрез беседите си да им показваш местата и да ги вдъхновиш да искат да ги опознаят. ” Винаги ме е привли-

<sup>39</sup>Весела Хедъеши, местен екскурзовод в Будапеща



чала работата с хора. Личният контакт с хората е най-вълнуващото в тази професия. Обожавам да обличам в думи красотите, които градът постоянно разкрива пред погледите на своите гости. Това е като да си коментатор на вълнуващо спортно събитие, модно ревю или просто разказвач на легенди и приказки. Винаги е различно и всяка една програма е предизвикателство. Завършила съм културология и това е рядка възможност за реално приложение на знания в областта на история, архитектура и изкуство, педагогия, и финостите на работа с клиента."<sup>40</sup>

Най-голямата награда за труда и положените усилия, на екскурзовод е благодарността и признателността на туристите. Когато чуеш и прочетеш мнения на доволни туристи като: „ Очаровани сме от цялото пътуване."<sup>41</sup> „ Изкарахме си прекрасно.Благодаря Ви!"<sup>42</sup> „ Останахме наистина много доволни и определено си изкарахме страхотно!"<sup>6</sup> „Благодарим Ви,че ни подарихте това незабравимо преживяване което ще запомним за цял живот."<sup>43</sup> С думи като тези, всеки екскурзовод се чувства щастлив ,защото е удовлетворен от добре свършената работа и че туристите му са доволни от неговите услуги.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В бъдеще екскурзоводът ще се превърне в динамично променящ се професионалист,които ще задълбочава своя творчески характер и ще упражнява дейностите си с лекота. Екскурзоводството ще заема важна роля и значение не само за отделния индивид,но и за развитието на туризма и обществото като цяло и Професията екскурзовод ще се превърне в една от водещите професии не само в туризма,но и в по-широки сектори от индустрията на свободното време.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Вълкова, В. Лекции по екскурзоводство, Велико Търново, 2015
- [2]Павлов, К. Професия екскурзовод, 2015
- [3]<https://pochivkirual.wordpress.com/about/>

<sup>40</sup>Весела Хедъеши, местен екскурзовод в Будапеща

<sup>41</sup>Думи на туристи към водача на пътуване до Будапеща

<sup>42</sup>Думи на туристи към водача на пътуване до Будапеща

<sup>43</sup>Думи на туристи към водача на пътуване до Будапеща



## НОВИ НАЧИНИ ЗА ПОДБОР НА ПЕРСОНАЛ

### NEW WAYS OF RECRUITMENT

Мирем Хасанова и Сибел Мехмедова

ВТУ „Св.св. Кирил и Методий“

e-mail: [sibel\\_0125@aby.bg](mailto:sibel_0125@aby.bg)

#### Abstract

*Recruitment and selection of staff is a key element of human resource management. There are certain methods for selection of personnel which aim to select the most suitable candidates. Online recruitment is one of the most common ways. The use of social and mobile channels is becoming increasingly popular. Unconventional methods are less used in practice.*

**Keywords:** human resource management, recruitment,

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Управлението на човешките ресурси е важен елемент от управлението на организацията чрез неговото изучаване и анализиране се получава информация за нейното състояние. То дава едно нагледно отражение на степента на нейното развитие и нивото на организационната култура. Дейността по набиране и подбор на персонала е ключов момент от управлението на човешките ресурси. Чрез нея се избира най-удачният начин за привличане на кандидати за работа, като се отчита реалното състояние на пазара на труда, специфичните особености на региона и индивидуалните потребности на предприятието. Набирането и подбора на нови работници и служители обхваща дейностите по привличане на подходящи кандидати за определена длъжност, преценяване на техните качества от гледна точка на изискванията за длъжността и организацията като цяло, вземане на решение на кого да се направи предложение за работа и неговото назначаване. Набирането и подборът са две съставни части на един и същ процес. Те са немислими една без друга и са взаимно свързани по между си. Не може да се извършва подбор на персонал без да има формирана една банка от потенциално подходящи кандидати, от които да бъде избран новият служител.

#### ИЗЛОЖЕНИЕ

- 1. При процедурата по набиране и подбор на персонала се предприемат следните действия:**



- да се реши кой ще осъществи процедурите и кой ще носи основната отговорност за крайното решение;

- да се определи крайният срок за назначаването;

- да се определи какви средства могат да се отделят за публикуване на обяви, обработване на документите на кандидатите, провеждане на интервюта и тестове и др.

Така могат да бъдат избегнати доста грешки и пропуски, а и отговорността за всяко действие или решение е точно определена.

Набирането е дейност от мениджмънта на човешките ресурси, която се изразява в установяване, търсене и привличане на потенциални квалифицирани кандидати, от които организацията може да подбере хора за определени работни места.

Набирането се изразява във вземане на решения като:

- какви са изискванията на организацията за количеството и качеството на кандидатите;
- какви ще бъдат източниците на кандидати;
- какви ще бъдат каналите за набирането им;
- какви ще бъдат комуникационните канали за набирането.

Привличането на подходящи кандидати трябва да се съобразява с възприетата политика по човешките ресурси в организацията, както и с възприетите приоритети по отношение на източниците на работна сила за различните дейности. За да се постигне това, е важно да се отчитат предимствата и недостатъците на вътрешните и външните източници на работна сила.

При вътрешното набиране се дава възможност вакантните места да се заемат от хора, работещи в организацията. Самото заемане на свободните работни места може да бъде организирано по два начина:

- издигане по йерархия;
- ротация на кадрите

Външните източници за набор са хората, които идват с препоръки, студенти и ученици от колежи и университети. Каналите за набор на външни източници са: бюрата и агенциите по труда, университети и колежи, професионални младежки и други съюзи, най-различни общности, вестниците, радиото, телевизията, професионалните списания, където се публикуват обяви и анонси.

**2. Методика за селекция на персонал** – целта е да се изберат от привлечените кандидати за вакантните работните тези, които са най-подходящи за постигане на цели-



те на работата. За нейното постигане, селекцията включва – преценка на кандидатите чрез различни показатели и методи, както и вземане на решение за избор, последвано от предложение за работа. При реализацията на процеса на селекция, бизнесорганизацията използва определена последователност от етапи. На всеки етап могат да се прилагат различни варианти за преценка на кандидата.

- Предварително пресяване чрез кандидатски бланки – чрез този първи етап се дава възможност за събиране на една първоначална информация за кандидата, доколко отговаря на изискванията свързани с работното място, образование, опит, квалификация.
- Предварително интервю – това е първият контакт с кандидата, а целта е взаимно опознаване. Целта е да се установи нивото на общи познания на кандидата, неговата обща култура, маниери, умение да задава и отговаря на въпроси.
- Тестване – целта е да се установи доколко кандидатът ефективно ще извършва дадената работа - тестове за знания, психомоторни тестове, тестове за способност, тестове за работа и опит, тестове за ценностната система на хората, психологични тестове, тестове за пригодност и умения, тестове за интелигентност, тестове за креативност.
- Обсъждаща проверка – целта е да се направи съпоставка между цялата получена до тук информация за кандидата. Тук е важно събирането на някакви лоши отзиви за кандидата.
- Интервюиране – дава се възможност на оценяващия да се срещне лице в лице с кандидата. Има три форми на провежданена интервю – структурирано, полуструктурирано, неструктурирано. Освен тези три форми е възможно да се прилагат и на: стандартно, панелно, групово, стрес интервю.
- Проверка на физическата годност – установяване на физическата пригодност на кандидата за извършване на определната работа.
- Окончателен избор – последен етап, целта е да се избере най-подходящият индивид за вакантната длъжност, решението се обуславя на събраната информация от предходните етапи.

**3. Онлайн подбор на персонала** – през последните години станало особено популярно използването на Интернет-технологията и виртуалното пространство за нуждите на подбора на човешките ресурси. Появата на виртуалните трудови пазари, възможността за непрекъснат вдостъп до тях и множество посредници в електронното пространство доведоха до налагане на модифициран начин за подбор на персонала, който е



познат като онлайн или е-подбор. Този начин дава редица предимства в сравнение с класическия начин както за кандидатите така и за фирмите.

#### **4. Нови начини за подбор на персонал**

Набирането на персонал чрез използването на т.нар. социални и мобилни канали става все по популярна. Въпреки това обаче значимостта им за HR индустрията расте. На пазара вече има множество социални инструменти, които позволяват бързо да се открият хора – това не е проблем, проблемът е в това как да се комуникира, адресира и ангажира хората, които се откриват, по най-добрия и най-ефективния от гледна точка на време и начин.

В този смисъл въпросът е не само кои канали за подбор са най-подходящи за нуждите на компанията, но и как да се използват по най-ефективния начин. Така например по данни на маркетинговата компания 4MAT, в момента между 20% и 30% от трафика на интернет сайтовете за кариери и подбор се генерира от потребителите, които посещават мобилните версии на съответните страници. "За работодателите това означава, че, освен ако сайтът им не е оптимизиран за достъп през мобилно устройство, престоят на до една трета от посетителите на съответния сайт няма да е удовлетворяващ", посочва Дейвид Джонстън от 4MAT.

В търсене на отговор на въпроса за ефективното използване на новите възможности, се разглеждат различните технологии и инструменти за подбор, които имат потенциала да променят облика на HR индустрията.

##### **4.1 Системи за проследяване на кандидатите (applicant tracking systems, ATS)**

Първите подобни инструменти се появяват още през 90-те години на миналия век и са сред най-ранните възможности за онлайн подбор. В началните си дни функционалността им се свежда до проследяване на пристигащите в компанията CV-та, но напоследък предлаганите от тях възможности се разширяват в различни области, сред които например проверки за съответствие на уменията, анализ на CV-тата и публикуване на обяви за работа през различни комуникационни канали, включително и социални медии. Така на практика съвременните ATS са своеобразни платформи, които позволяват на HR специалистите да свържат различните инструменти и услуги, които използват в процеса на подбор, и по този начин да рационализират дейността си.

##### **4.2 Инструменти за мобилен подбор**

През 2013 г. растящите продажби на мощни смартфони и таблети вероятно ще доведат до момент, в който употребата им ще изпревари тази на десктоп компютрите. Това от



своя страна извежда на преден план въпроса за мобилния подбор, като очакванията са в бъдеще това да се превърне и в основен канал за набиране на служители. Различните инструменти за мобилен подбор най-общо се разделят на четири групи – QR кодове, текстови съобщения, приложения и интернет страници, оптимизирани за мобилни устройства. Последната група обаче често бива пренебрегната, като редица корпоративни сайтове не предлагат подобна функционалност.

#### **4.3 Игрофикация (Gamification)**

Според една от водещите аналитични компании в света – Gartner, т.нар. игрофикация е в най-общия смисъл тенденцията за използване на различни игрови механизми в неигрови ситуации, каквато е например подборът на персонал. Идеята е по този начин да се повиши мотивацията на хората или да се провокира промяна в поведението им. Прогнозата на Gartner е, че в следващите пет години употребата на подобни методи ще се превърне в "доста значима тенденция". Фактор за това е и растящият пазар на разработчици, предлагащи възможности за използването на игрови елементи в процесите както на подбор, така и на управление на служителите. Употребата на подобни методи може например да позволи по-бързото идентифициране на кандидатите, които притежават нужните умения за дадена позиция. Игровите елементи могат да се използват също така и за по-добрата комуникация и изграждане на връзки между отделните таланти в дадена организация.

#### **4.4 Инструменти за сътрудничество**

Въпреки големия си потенциал за споделяне и обмен на информация за момента професионалните социални мрежи не са толкова употребявани от специалистите по човешки ресурси, отбелязват от HRmagazine. Ако се използват ефективно обаче, този тип мрежи могат да допринесат за по-доброто интегриране на процесите по подбор и управление на човешките ресурси с останалите отдели и дейности в дадена организация, което в крайна сметка да допринесе и за повишаването на ефективността на процеса на подбор.

#### **4.5 Технология за определяне на местоположението**

Идеята на използването на подобен тип инструменти е, че позволява на работодателите и на HR специалистите да таргетират по лесен и относително евтин начин кандидатите за работа, които често са в движение. Употребата на технологии за определяне на местоположението (най-често посредством IP адреса на мобилния телефон или на компю-



търа на даден потребител) дава възможност на компаниите да предоставят на потенциалните си служители информация, която е релевантна за района, в който се намират.

#### **4.6 Видео интервюта**

По данни на консултантската компания за подбор OfficeTeam UK, към 2013 г. 41% от специалистите по човешки ресурси са увеличили употребата си на видеоразговори за провеждане на интервюта за работа в сравнение с 2010 г. Макар и да не следва да се приемат изцяло като алтернатива на реалните срещи лице в лице, интересът към подобни инструменти расте, като фактори за това са скоростта и удобството, които предлагат. Освен това видеоканалите са естествена среда и за голяма част от представителите на по-младите поколения, което означава, че HR специалистите ще трябва да приемат все по-голямото им значение в процеса на подбор.

#### **4.7 Интернет източници**

За редица специалисти по подбор употребата на социални мрежи като LinkedIn, Twitter, Facebook и т.н. вече е всекидневна част от работата им. На по-следващ етап в категорията се включва и използването на по-широк набор от източници и техники за търсене на по-трудни за откриване таланти. Предизвикателството пред HR специалистите в случая е по-скоро в това как да оптимизират употребата на подобни източници, така че да постигнат максимална ефективност. За момента обаче употребата на подобни инструменти все още не е широка.

### **5. Начини на подбор на персонал в развитите страни**

Подбора на персонала дълги години изглежда долу-горе по един и същ начин – чрез различни видове психологически тестове с затворени въпроси с множество отговори, автобиографии, срещи, интервюта.

Американците все повече говорят за това, че този начин на подбор и въобще като цяло търсенето и наемането на подбор на служители чрез стандартните начини, канали е безсмислено, защото по този начин не можем да намерим хората, които всъщност са ни необходими, защото от една автобиография не можем да разберем неговите умения, може да разберем какво знае, но какво може не може да бъде разбрано от работодателите.

Американците са измислили няколко иновативни начини за представяне на кандидатите. Няколко от големите интернет портали за търсене и предлагане на работа са въвели възможност кандидата да си запише кратко видео, в което се представя за конк-



ретна позиция и има възможност директно онлайн да го качи като кандидатура за позицията. Този метод е харесван от младото поколение.

Друг начин, чрез който американските работодатели търсят кандидати е електронното портфолио. Електронното портфолио представлява сбор от целенасочени материали на даден човек в електронен вид. Тоест младите хора обичат да комуникират, да са онлайн, да приемат и да търсят одобрение на околните, събират на определени места всичко което правят и обичат да го споделят.

На трето място е възможности не за тестване, а по скоро за оценка на компетенции(валидиране на компетенции), придобити от формално и неформално образование. Тоест при този начин работодателите не се вълнуват къде кандидатът се е научил да извършва нещо, важно е да го прави правилно. Чрез казуси, чрез които да се установи уменията му.

## **6. Нетрадиционни методи за подбор на персонал**

Наименованието „нетрадиционни методи” се използва поради две причини: Първата е, че някои от тях са ненаучно доказани и техните ползи са съмнителни за подбора на персонал. Втората причина за използване на наименованието „нетрадиционни” е, защото се използват рядко. Причината за това е, че се използват само в определени професии и освен това са скъпоструваща услуга, защото е осъществяват от високо платени експерти. Някои от нетрадиционните методи поставят кандидатите в неравностойно дори дискриминационно положение. Най-голямата грешка в прилагането на тези методи е, че се прилагат от непрофесионалисти.

Към нетрадиционните методи за подбор на кандидати се отнасят:

- **Избор на кандидати според зодията** - Това е често използван метод по 2 причини: Първата е, че повечето хора приемат любителските си знания в областта на астрологията като професионални и достатъчни, за да оправдаят свое решение за избор на кандидат. Втората причина е, че всеки работодател, който използва тези методи, има любими и не толкова любими зодии, което улеснява неговия избор. Ако сме представители на зодия, която болшинството работодатели не приемат и имат нагласата да отхвърлят, защото не е сред любимите им. При тези условия нашите шансове ще намалят и ние ще бъдем в по-неизгодна позиция спрямо другите кандидати. Ние ще бъдем лишени от възможността да си осигурим средства за съществуване. И това ще е ситуация, на която не можем да повлияем. Защото няма как да променим зодията си. Но също така, може ли да се твърди, че представителите на определена зодия се справят по-



успешно в една професия или на една позиция, отколкото представителите на други зодии.

- **Избор на кандидата по месеца, през който е роден** - Това е метод, при който за всеки месец от годината е направено подробно описание на чертите от характера на хората, които са родени през тези месеци. И тук трудно можем да приемем логиката на такъв избор, защото той отново ще е носител на дискриминационен елемент. Кой би могъл да промени месеца, през който е роден.
- **Избор на кандидата по значението на малкото име** - Съществува и информация за характеристиките на даден човек съобразно съчетанието на името и презимето. Съчетанието на информация, получена от дата на раждане, час на раждане, година на раждане и името на конкретен човек са в основата на една нова, съвременна и революционна система за откриване на индивидуалния потенциал. Тази система е открита през 1987 г. и носи наименованието „Хюман дизайн”. За професионалното прилагане на системата се изисква специална подготовка, продължителни обучения и сертифициране.
- **Избор на кандидата по физиогномика** - Изучаването на изкуството за „четене на лицето” изискват упоритост и търпение. Освен това трябва да е има предвид, че действителните черти на лицето се оформят около 40-годишна възраст. Тази наука е полезна и се използва в службите за сигурност и криминалистика. И тук е важно да се спазва правилото „разчитане на лицето” да се извършва от професионалисти.
- **Избор на кандидата по почерка (графология)** - Графолозите изследват характера на човека и психологическото му състояние по почерка. Още в древността Конфуций твърди, че „подписът може достоверно да покаже дали принадлежи на великодушен или на ограничен човек”. Изучаването на почерка привлича не само професионалистите, но и хора от различни професии и възраст.
- **Избор на кандидата съобразно храната, която поръчва и/или начина, по който се храни** - Вярно или не, но за Хенри Форд се твърди, че е водел финалистите си от подбора на обяд. Ако финалистът посоли яденето, преди да го е опитал, Форд заключавал, че той е жертва на навиците си, което означава, че не е достатъчно любознателен. И подборът започвал отначало. Често може да срещнете информация, че егоистите обичат кисело, скъперниците обичат прясна храна, сантименталните хора обичат сладко, а творческите личности обичат –солено. Може ли този метод да предостави вярна информация за характера на човека, като имаме предвид факта, че хората имат



алергии към хранителни продукти и/или прием на лекарства, които не позволяват приемането на определена храна или спазване на задължителен режим на хранене поради конкретно заболяване. Все повече хора се хранят с храната, която трябва да приемат, а не с храната, която обичат.

- **Избор на кандидата съобразно цветовете, които харесва** - Съществува специално разработен метод за оценка на кандидатите според цветовете, които харесва. Цветният тест на Макс Люшер привлича вниманието и се използва в практиката на лекари, психолози. Тестът осигурява информация, която служи за ранно предупреждение за проявите на стрес и различни видове болести. В теста участват точно определени цветове. Понастояще се прилагат два варианта на теста на Люшер – кратък и пълен. От съществено значение е поредността, в която кандидатите избират цветовете. Подложените на подобен тест считат, че той е елементарен и дори несериозен. Истината е, че провеждането на теста на Люшер и разчитането на резултатите изискват специални умения и професионална подготовка. Цветният тест на Люшер е широко приложим в различни области като: психология, брачно консултиране, психиатрия, медицина, педагогика и т. н.

- **Избор на кандидата, съобразно начина, по който оформя станиола от бонбона, с който ги е почерпил работодателя** - Станиолът, който е намачкан без конкретна форма, говори за срамежлива личност. Смачкан на топче станиол означава, че човекът е отегчен. Станиолът, който е накъсан на парчета, независимо от формата им, говори за човек, който се интересува от мнението на другите. Фунийката от станиола показва, че човекът е добър събеседник, извършва професионално задълженията си. Ако човекът усуква станиола като бонбон, определено е нервен и прецизност. Хармониките от станиол издават маниаците на тема ред. Сложните фигурки от станиол говорят за творчески личности.

Описаните нетрадиционни подходи имат своето приложение в реалния живот, но в практиката по подбор на кандидати за вакантна длъжност считаме, че някои от тези подходи са дискриминационни (подбор по зодия, име, месец на раждане). Освен това тези, които ги прилагат в практиката по подбора, често не са професионалисти в конкретната област. Дори и най-добрите нетрадиционни методи, които се прилагат от непрофесионалисти, носят висок риск от погрешни изводи за характеристиките на кандидатите.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подборът на персонал е важен при управлението на човешките ресурси. Все повече се наблюдава промяна в начините на подбор, тъй като съвременните технологии се развиват толкова бързо, че нямаме друга възможност освен да се приспособяваме към новостите. Но също така има все още работодатели, които предпочитат старите методи като различни видове тестове. Нетрадиционните начини за подбор са странни, но някои от тях могат да бъдат толкова полезни, колкото други толкова дискриминационни и затова по-рядко се срещат в практиката. В крайна сметка се появяват много иновативни начини за подбор, които могат да помогнат за правилния подбор и избор на кандидати. Въпросът е да не се ограничаваме само със старите методи, а да опитаем и новите начини, които могат да доведат до леснота и лекота на процеса на подбор на персонала.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Набиране и подбор на персонал – М. Харизанова, Д. Бояджиев
2. Управление на човешките ресурси – Д. Шонов
3. Статия от „Капитал” – М. Иванова





## ИМУЩЕСТВЕНИ ДАНЪЦИ НА ОБЩИНИТЕ ОТ ВЕЛИКОТЪРНОВСКА ОБЛАСТ

### PROPERTY TAXES OF THE MUNICIPALITIES OF VELIKO TARNOVO REGION

**Мирослава Капинчева**  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
e-mail: [miroslava.kapincheva@abv.bg](mailto:miroslava.kapincheva@abv.bg)

#### **Abstract**

*Property taxes are one of the oldest taxes in Bulgaria. The object of taxation is acquired, owned and transferring property. On the basis of presenting applied property taxes in Bulgaria, the paper considers the tax rates and the problems of property taxes collecting in the municipalities of the Veliko Turnovo region.*

**Keywords:** Veliko Tarnovo region, property taxes, Law on Local Taxes and Fees, real estate, municipal councils.

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Имуществените данъци са едни от най-старите. Имат за предмет на облагане придобитото, притежаваното и трансферираното имущество. С развитието на стоково-паричните отношения, когато доходът се превръща в главен белег на платежоспособност, имуществените данъци отстъпват първостепенната си роля на подоходните данъци. [1, с. 108]

#### **Законодателна уредба на имуществените данъци (ЗМДТ)**

Поради второстепенна роля на имуществените данъци обикновено те са под юрисдикцията на общините, както е и у нас. До 2007 г. включително, техните размери се определят от Народното събрание съгласно Закона за местните данъци и такси (ЗМДТ). С цел предоставяне на реална финансова децентрализация на общините, на основание изменения в Конституцията на Република България, от 2008 г. размерите на имуществените данъци се определят вече от Общинския съвет с наредба при условията, по реда и в границите, съгласно ЗМДТ. [2]

Основна цел на Закона за местните данъци и такси е определяне на източниците на собствени приходи на местните бюджети с цел укрепване на финансовата самостоятелност на общините в съответствие с принципа на субсидираността и при защита на



гражданите от прекомерно и безконтролно облагане на местно равнище. Подцели на Закона са:

1. Административна децентрализация на данъчното облагане – прехвърляне на административни правомощия по събирането на местните данъци на общинската администрация;

2. Финансова децентрализация – т.е. прехвърляне на правомощия на общините за определянето на местните такси и размера на местните данъци в определени от Закона граници.

Имуществените данъци могат да се обособят в две големи групи, което определя и тяхната значимост за фискалните интереси на общините.

- Периодично плащани данъци за притежавано имущество – недвижими имоти, ограничени вещни права върху тях и превозни средства.
- Еднократно плащани данъци – при прехвърляне на собствеността при имущества (при наследства, дарения, замяна, покупко-продажби).

По-конкретно, съгласно ЗМДТ у нас се прилагат следните местни имуществени данъци:

❖ **Данък върху недвижимите имоти.**

С данък върху недвижимите имоти (*регламентиран в чл.10-чл.28 от ЗМДТ*) се облагат разположените на територията на страната сгради и поземлени имоти в строителните граници на населените места и селищните образувания, както и поземлените имоти извън тях, които според подробен устройствен план имат предназначението по чл. 8, т. 1 от Закона за устройство на територията (за жилищни, общественообслужващи, производствени, складови, курортни, вилни, спортни и развлекателни функции, за озеленени площи, за декоративни водни система, за движение и транспорт, включително за велосипедни алеи и за движение на хора с увреждания и други. Това е регулярно, ежегодно събиран данък, който е с първоспепенно значение за бюджетите на общините.

❖ **Данък върху наследствата.**

С данък върху наследствата (*регламентиран в чл.29-43 от ЗМДТ*) се облагат наследените по закон или по завещание имущества в страната или в чужбина на български граждани, както и имуществовата в страната на чужди граждани. Наследственото имущество включва притежаваните от наследодателя движими и недвижими вещи, както и другите му имуществени права, вземания и задължения към момента на от-



криване на наследството. Това е еднократен данък, който поради промените в Закона в сила от 2003 г. е с нищожно значение за фиска на общините.

❖ **Данък върху даренията.**

Обект на облагане с този данък (*регламентиран в чл.44-51 от ЗМДТ*) са имуществата, придобити по дарение и друг безвъзмезден начин. Имуществата, придобити по дарение между роднини по права линия и между съпрузи, не се облагат, за да има съпоставимост с данъка върху наследството. Поради тази причина данък дарение също е с минимално значение за бюджетите на общините.

❖ **Данък при възмездно придобиване на имущество.**

Обект на облагане с този данък (*регламентиран в чл.44-51 от ЗМДТ*) са недвижимите имоти, ограничените вещни права върху тях и моторните превозни средства, придобити по възмезден начин. Данъкът се прилага и при замяна на имущества и е с еднократен характер – при смяна на собствеността.

❖ **Данък върху превозните средства.**

С данък върху превозните средства (*регламентиран в чл.52-61 от ЗМДТ*) се облагат превозните средства, регистрирани за движение по пътната мрежа в Република България, корабите, вписани в регистрите на българските пристанища, и въздухоплавателните средства, вписани в държавния регистър за гражданските въздухоплавателни средства. Данъкът е с голямо значение за местните бюджети, както данъкът върху недвижимите имоти, тъй като е ежегодно плащан от собствениците (или ползвателите).

Независимо от предоставения широк диапазон на Общинските съвети в Закона относно конкретните размери на местните данъци, следва да се отбележи, че високите размери оказват негативно влияние върху събираемостта на данъците, особено регулярно (ежегодно) плащаните. Ето защо определянето на данъчните ставки трябва да бъде предшествано от анализ на демографската структура и социално-икономическия потенциал на общината.

**Сравнителна характеристика между данъчните размери и постъпленията от имуществени данъци в област Велико Търново**

На приложение 1 е представена информация за размерите на имуществените данъци във Великотърновска област. В нея не са разгледани данъците върху превозните средства заради множеството обекти и различната база на облагане /леки автомобили, мотопеди, триколки, автобуси и други/.



Източник. Наредби на общинските съвети.

От анализа на информацията в таблицата могат да се направят следните изводи:

- С най-голям размер на данъка за недвижими имоти са общините Велико Търново и Павликени (с изкл. на село Караисен) – 2,5%. Най-малък е размерът на данъка в община Елена 1,2%. Той е определен като са съобразени индивидуалните характеристики на всяка една община. На места е разделен на жилищни и нежилищни имоти, а на други – на данък, който изплащат физическите и такъв, който изплащат юридическите лица.
- Данъкът върху наследствата е разделен в две групи, данък за сестри и братя и техните деца, който винаги е с по-малък размер в сравнение с този който плащат всички останали лица. Най-голям е размерът на данъка в общините Златарица, Полски Тръмбеш, Лясковец и Сухиндол – 0,8% за братя и сестри и техните деца. Най-малък е размерът му в общините Горна Оряховица, Павликени и Свищов – 0,4% за братя и сестри и техните деца. Що се отнася до всички останали лица освен горе посочените размерът на данъка варира в границите от 3,3 до 6,6%.
- Данъкът при възмездно придобиване на имущество в преобладаващата част от общините е 2,5%.

При определяне на размера на имуществените данъци всеки Общински съвет се съобразява със спецификата на съответната община. Вижда се, че общините от област Велико Търново имат близки по размери имуществени данъци, а размерът на данъка върху недвижимите имоти в повечето общини е вдигнат значително над размера му преди 2003 г., когато се определяше в Закона на национално ниво (1,5 %).

В Таблица 1 са представени данни за постъпленията от имуществени данъци в най-голямата и най-малката община на област Велико Търново.





№	Приходи от имуществени данъци	Община Велико Търново			Община Сухиндол		
		План – лв.	Отчет – лв.	% изпълнение	План – лв.	Отчет – лв.	% изпълнение
I.	Общо приходи в т.ч.:	10 366 058	9 043 861	87	109 000	98 520	90
1	Данък недвижими имоти	4 983 586	4 684 571	94	32 000	30 200	94
2	ДПС	2 688 908	2 473 795	92	27 000	33 130	122
3	Данък придобиване имущество (дарение, наследство, по възмезден начин)	2 693 564	1 885 495	70	50 000	35 190	70

Таблица 1. Постъпления от имуществени данъци в община Велико Търново и община Сухиндол за 2014 г.

Източник: По данни от отчетите за изпълнението на годишните бюджети.

От представените данни се вижда, че изпълнение на приходите от имуществени данъци в най-малката община е по-голямо - 90%, при 87% за най-голямата. От всички данъци и в двете общини еднакво е изпълнението на приходи от данък недвижими имоти – 9 %. Община Сухиндол отчита 122% изпълнение на приходите от данъка за превозни средства, тъй като са постъпили суми от недосъбрани данъци. Относно данък придобиване на имущество, неизпълнението на планираните приходи е сравнително голямо – 30%. По всяка вероятност това се дължи на по-малкото сделки с недвижими имоти. Както в повечето общини в България, и в двете разгледани общини няма постъпления от данъка върху наследството, поради което следва да се помисли относно неговото премахване в национален мащаб. Администрирането му носи повече разходи, отколкото постъпления.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С цел предоставяне на реална финансова децентрализация на общините в България, всеки Общински съвет определя размера на имуществените данъци, срока и начина за събирането им със съответната наредба. По-високата събираемост на планираните приходи от имуществени данъци, гарантира наличието на финансови средства за функционирането и развитието на съответните общини.



## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Цонкова, В., Цаневска, В. Основи на публичните финанси, Астарта, Пловдив, 2015
- [2] Закон за местните данъци и такси, ДВ, бр. 147/1997, посл. изм. и доп. ДВ, бр. 95/2015 г.
- [3] <http://www.minfin.bg/>
- [4] <http://elena.acstre.com/>
- [5] <http://veliko-tarnovo.net/>
- [6] <http://www.g-oryahovica.org/>
- [7] <http://zlataritsa.net/>
- [8] <http://www.lyaskovets.net/index1.php>
- [9] <http://www.pavlikeni.bg/>
- [10] <http://www.trambesh.eu/>
- [11] <http://www.svishtov.bg/>
- [12] <http://strazhitsa.com/>
- [13] <http://www.suhindol.bg/>

Приложение № 1. Размерна и муществени данъци на общините от Великотърновска област.

№	Имуществени данъци	Община В.Търново	Община Горна Оряховица	Община Елена	Община Златарица	Община Лясковец	Община Павликени	Община Полски Тръмбеш	Община Свищов	Община Стражица	Община Сухиндол
1	Данък върху недвижими имоти	2,5‰ от данъчната оценка	2‰ от данъчната оценка *	1,2‰ от данъчната оценка за жилищни имоти 1,8‰-за нежилищни	2‰ от данъчната оценка**	2,4‰ от данъчната оценка ***	2,5‰ от данъчната оценка с изкл. с.Караисен (1,3‰)	2‰ от данъчната оценка	2‰ от данъчната оценка ****	1,4‰ от данъчната оценка за жилищни имоти 1,8‰ за нежилищни	1,8‰ от данъчната оценка
2	Данък върху наследствата	0,7% за братя и сестри и техните деца 5% - за др лица	0,4% за братя и сестри и техните деца 5%-за др.лица	0,5%-за братя и сестри и техните деца 3,5% -за др.лица	0,8%-за братя и сестри и техните деца 5% -за др.лица	0,8%-за братя и сестри и техните деца 6,6% -за др.лица	0,4%-за братя и сестри и техните деца 3,3% -за др.лица	0,8%-за братя и сестри и техните деца 6,6% -за др.лица	0,4%-за братя и сестри и техните деца 3,3-за др.лица	0,55% за братя и сестри и техните деца 6,5-за др.лица	0,8% за братя и сестри и техните деца 6,6% за др.лица
3	Данък върху даренията	0,7% за братя и сестри и техните деца 5%за др.лица	0,4%за братя и сестри и техните деца 5%-за др.лица	0,5% за братя и сестри и техните деца 3,5%-за др.лица	0,7% за братя и сестри и техните деца 5%-за др.лица	0,7% за братя и сестри и техните деца 6,6%-за др.лица	0,8% за братя и сестри и техните деца 5%-за др.лица	0,7% за братя и сестри и техните деца 6%-за др.лица	0,7%за братя и сестри и техните деца 5%-за др.лица	0,8%за братя и сестри и техните деца 5%за др.лица	0,8%за братя и сестри и техните деца 6,6%за др.лица
4	Данък при възмездно придобиване	2,5% -в/у данъчната оценка	2,5%-в/у данъчната оценка	2,5% -в/у данъчната оценка	3% -в/у данъчната оценка	2,5% -в/у данъчната оценка	3% -в/у данъчната оценка	3% -в/у данъчната оценка	2,5%-в/у данъчната основа	2,5% в/у данъчната основа	2,6% в/у данъчната основа

\*ЗА ЮЛ - 2‰от по-високата м/у отчетната стойност и данъчната оценка.

\*\*ЗА ЮЛ- 2‰ от по-високата м/у отчетната стойност и данъчната оценка.

\*\*\*-ЗА ЮЛ – 2,4‰ от по-високата м/у отчетната стойност и данъчната оценка.

\*\*\*\*-ЗА ЮЛ - 2‰ от по-високата м/у отчетната стойност и данъчната оценка.



## ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА "АУТСОРСИНГА" В БЪЛГАРИЯ.

### PERSPECTIVES FOR OUTSOURCING DEVELOPMENT IN BULGARIA

Нели Димитрова, Публична администрация III курс  
Йордан Лазаров, Публична администрация III курс

ВТУ „Св.св. Кирил и Методий“

e-mail: nell.marinova@abv.bg

#### Abstract

*Outsourcing is a practice used by different companies to reduce costs by transferring portions of work to outside suppliers rather than completing it internally. Bulgaria is becoming a top outsourcing destination. With its combination of multilingual skills, a highly educated and motivated workforce and competitive pricing, Bulgaria is poised to become an increasingly attractive choice for outsourcing customer service and other functions.*

**Keywords:** Аутсорсинг, бизнес, процес, България, предимства, рискове

#### ВЪВЕДЕНИЕ

В управлението на организациите все повече започва да се прилага аутсорсингът като успешна бизнес практика. Днес на аутсорсинг подлежи всичко – дейности, процеси и хора. Тази практика навлиза и в България, и то с доста бързи темпове. Успешно се развива и аутсорсингът на дейностите и процесите в областта на управлението на човешките ресурси. Освен до подобряване качеството на произведените продукти, тези инициативи водят до по-добро управление на разходите и намаляване на риска от недостиг на компоненти в моменти на пиково търсене. Високите резултати от прилагане на практиката аутсорсинг я превръща в стратегически фактор на успеха. Преминва се от предаване на отделни функции и дейности на консултанските организации към отделни подразделения или съществени части от организацията.

Основната теза на аутсорсинга е: „Всяка функция, която не е основна за организацията, се предава на външен специалист в дадена сфера за осъществяване.

#### ИЗЛОЖЕНИЕ

Аутсорсинг е английска дума, която поради своята точност и същевременно специфичност трудно може да бъде преведена и затова английският термин се използва в управлението на организациите и у нас. Съставен е от две думи: outside – външен, и



resource – ресурс, и означава използването на други, нефирмени източници за извършване на някои необходими дейности.

Еднозначно можем да кажем, че Аутсорсингът представлява делегиране на външна организация извършването и управлението на операции или цели процеси, които не са базови за клиента и не участват пряко в основната му дейност на пазара. Доставчикът на тази услуга същевременно подпомага развитието и усъвършенстването на дадената бизнес функция. Пример за често използвани аутсорсинг услуги са: изчисляване на работни заплати, счетоводство, поддръжка на информационни системи, професионално обучение, поддръжка на автопарк, сгради и др.

**Аутсорсингът** става все по-популярна форма на работа в цял свят, като много държавни институции и компании в различни браншове използват услуги за аутсорсинг на бизнес процеси. Това осигурява редица съществени предимства:

- позволява на организацията да се фокусира върху същинските си бизнес процеси и цели, като повери периферните дейности на външни изпълнители;

- външните доставчици на услугата са специализирани в извършването ѝ, тоест имат значителен опит и експертиза в тази област и са в състояние да предоставят високо качество на изпълнение

- освобождава организацията от необходимостта да създава и поддържа инфраструктура и специалисти, с които да осигурява даден спомагателен процес. За това се грижи външен изпълнител, който предоставя услуги според текущите нужди на клиента и носи рисковете за некачественото им извършване.

Има много причини широко да се практикува аутсорсинг. Най-често срещаните от тях са:

- използване на външни/чужди компетенции;
- трансфериране към дестинация на производствения износ на определени рискове;
- спестяване на финансови средства;
- повишаване на производителността и/или качеството;
- освобождаване на ресурси на компанията за основните ѝ дейности.

Аутсорсингът има много предимства - увеличаване на наличния човешки ресурс, който отговаря на обаяданията на клиенти, намаляване на персонала във Вашата фирма, отстраняване на пропуските при обслужването на клиенти и намаляване на времето за отговор между клиента и бизнеса, което благоприятства за подобряване пози-



цията Ви на пазара. Ако провеждате кампании за директен маркетинг или други подобни инициативи, за Вас е ясно, че броя изходящи обаждания може да варира. Подобни промени в обема обаждания, които Вашият офис не може да поеме означават пропуснати възможности.

Благоразположението към аутсорсинга е свързано със старанието на компаниите да понижат разходите си. Аутсорсингът се използва особено при повтарящи се дейности, които не изискват съвършено познаване на вътрешната среда в компанията и при които може да бъде реализирано намаляване на разходите. Също така аутсорсингът може да бъде използван в обратен на горния случай – за дейности, които са специализирани, но няма необходимост да бъдат извършвани прекалено често.

Намаляването на разходите не е единственото предимство, което аутсорсингът предлага на компанията. Не по-маловажно е намаляването на риска (с възлагането на дейностите се прехвърля и отговорността за тяхното правилно извършване), повишаването на конкурентоспособността и гъвкавостта на организацията (най-вече при аутсорсинг на административните дейности) и подобряването на възможностите на собственото управление с това, че компаниите „изнасят навън” съпътстващите дейности. Освен това преимущество при този подход е, че не е необходимо да се наемат собствени служители за определената дейност и въпреки това могат да се използват качествени специалисти в конкретната област. Услугите на тези специалисти могат да се използват в точно необходимия обем при актуалната ситуация, а също така отпада проблемът с недостига или излишъка на собствени служители.

При управлението на човешките ресурси аутсорсингът основно е насочен към намаляване обема на административните дейности, които не носят на компанията никаква стойност. Най-често срещаната HR дейност, която е предмет на аутсорсинг, е набирането и подборът на персонал, и то основно поради времевата натовареност на процеса. Необходимостта от този процес в течение на годината е най-варираща, така че за редица компании става прекалено скъпо да имат собствен специалист за набиране и подбор.

Класически случай, когато аутсорсингът носи само негативни ефекти, е ситуация, при която **клиентът чрез аутсорсинга решава само своите настоящи проблеми**. В тази ситуация първо може да бъде изработена и съставена погрешна концепция и да се налагат чести промени в провеждането на аутсорсинга. **Следващата опасност е свързана с цената за провеждането на услугата**. Превърне ли се цената в единствена



тема на разговора, тогава остават недооценени други нефинансови придобивки и разходи, които са част от проекта. Това означава, че не са оценени основни ефекти от сътрудничеството. Опасност се крие и в това, когато консултантът не включи в цената на услугата и нейното постоянно подобряване. Тогава клиентът остава с впечатлението, че цената във времето постоянно нараства и първоначалното позитивно отношение се превръща в недоволство.

Рисковете, които могат да настъпят при погрешно или формално прилагане на аутсорсинга, познати от практиката, са:

- неуспех на аутсорсинга;
- изтичане на know – how;
- изтичане на информация;
- нарушаване на останалите процеси в организацията;
- фалиране на консултанта (изпълнителя);
- непредвидени разходи;
- изгубване на контрол над процеса;
- неспазване на договора и на взаимните права и задължения;
- нарушаване на търговската тайна;
- малък опит със специфичния тип договори.

Причините, водещи до неуспех в резултат на аутсорсинга, могат да бъдат:

› Нереалистични цели – възложителят често преследва две противоречиви цели: намаляване на разходите, потребни за обособената функционална област, и повишаване на нейната прибавена стойност.

› Ориентация към краткосрочните проблеми – опитите чрез аутсорсинга да бъдат решавани краткосрочни проблеми, водят и до краткосрочни ползи.

› Обръщане на малко внимание на прибавената стойност от аутсорсинга – насочване към аспектите на добавената стойност от аутсорсинга в полза на основните бизнес функции на възложителя.

› Възложителят постепенно престава да управлява отношенията с изпълнителя.

Има ли "Аутсорсинг" в България? България е много атрактивна дестинация за офшорен аутсорсинг. За 2006 г., тя заема 9-то място в класацията на А.Т.Кearney, с което е единствената страна в Европа, която попада в десетката. България предлага квали-



фициран и разходно-ефективен персонал, ниски наеми на бизнес площи и конкурентни цени за осъществяване на бизнес дейност.

Според изследване на Сиско, България се нарежда на 5-то място в света и на 3-то в Европа по бързина на интернет връзката.

България е една от малкото страни, които притежават система от езикови гимназии, в които, след едногодишно интензивно обучение, учениците започват да изучават основните предмети на съответния чужд език.

Около 60 хиляди студенти завършват всяка година от всички български университети. Около 50% от завършилите получават степени по специалности, приложими към нуждите на индустрията на ВРО.

98% от учениците, записани в средното училище в България изучават чужд език, а 73% поне два чужди езика.

Офис наемите в София са най-ниските в региона и е вероятно да останат ниски, поради свръхпредлагане на офис площи.

Процентът на текучество в българските ВРО центрове е няколко пъти по-нисък от този в Европа и Индия.

България е сред първенците в Европа по аутсорсинг за 2011 г., като продължава да заема позиция в горната част на класацията на аутсорсинг дестинациите на *AT Kearny* заедно с Румъния. Двете страни заемат съответно 17-то и 25-то място. Макар и член на Европейския съюз, страната предлага условия за поддържане на по-ниски производствени и транспортни разходи в сравнение с повечето други страни-членки.

През 2010 г. България все още запазва лидерското си място в Европа, но вече е 13-та в същата класация. През 2010 България е на първо място в Европа и на друга класация по темата - тази на *Gartner*. През 2016 г. страната ни заема 12-то място в класацията на *A.T.Kearney*, като единствената държава в Европа, с по-предна позиция, е Полша.

Силно развити аутсорсинг отрасли в страната са:

- информационни и комуникационни технологии;
- поддръжка на клиенти/*call&support* центрове;
- маркетинг и PR (Връзки с обществеността);
- кинопродукции;
- шивашка и обушарска индустрии;
- оръжейна индустрия.



2015г. е може би една от най-успешните за българската аутсорсинг индустрия. Не само поради факта, че индустрията традиционно вече бележи двуцифрен ръст на оборотите и броя на заетите, но и също така признанията, които ние получихме като държава и дестинация.

Факторите, които могат да направят България по-привлекателно място за аутсорсинг и офшоринг, са инфраструктурата, бизнес средата, наличието на достъп до публично и частно финансиране, човешкият капитал и търсенето на международното и местно ниво. Очакванията на трудовия пазар в България през 2016 година са свързани именно с разрастване на компаниите в аутсорсинг секторите. Все повече големи компании поглеждат към страната ни, търсейки трудоспособни кадри с отлични умения във владенето на английски и други европейски езици. Ако сравним средното ниво на заплащане в бранша спрямо средното ниво на заплащане в България, то е в полза на аутсорсинг компаниите. Това прави сектора атрактивен за млади хора с добро образование, които започват работа в тези среди. На това се дължи и част от успеха - ние имаме добри, квалифицирани кадри.. Това е наше конкурентно предимство. От друга страна фактът, че сме част от ЕС и нашето законодателство е хармонизирано, е също изключително важен елемент, когато даден инвеститор или клиент решава къде да премести част от своята дейност или обслужването на определени процеси.

Съществува и Българска "Аутсорсинг асоциация", която е браншова организация, поставяща си за цел да обедини интересите на компаниите, които предоставят услуги в областта на аутсорсинга, да повиши конкурентността на средата и създаде допълнителни допълнителни условия за привличане на чуждестранни инвеститори в сектора. Асоциацията включва компании от всички сфери на аутсорсинг индустрията: управлението на бизнес процеси, управлението на ИТ процеси, процеси по управление на знанието. БАА си е поставила за цел да изготви цялостна „карта на България“, която да представя потенциала на младите хора за започване на работа в аутсорсинг сектора. Началото на тази мисия е поставено с изследване за територията на София, проведено по заявка на БАА от агенцията за пазарни проучвания Pragmatica. В представителното за столицата проучване са анкетирани 600 души на възраст от 19 до 35 г., както постоянни жители, така и временно пребиваващи в столицата. Оценяваните характеристики са в три посоки: езикови компетенции, компютърна грамотност и професионални умения.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**



Като заключение можем да кажем, че „Развитието на аутсорсинг индустрията е приоритетно за икономиката ни и сериозна алтернатива за намаляване на младежката безработица не само в София, но и в страната ни като цяло”.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Българската Асоция за Аутсорсинг - <http://www.outsourcinginbg.com/bg>
- [2] материали на доц. д-р М. Харизанова УНСС
- [3] capital.bg интервю на Филип Угринов основал аутсорсинг компанията CallPoint New Europe на тема "Перспективите на аутсорсинга в България" за Econ.bg





## ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ЕЗОТЕРИЧНИЯ ТУРИЗЪМ КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

### POPULARIZATION OF ESOTERIC TOURISM AS A TOOL OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Николета Пенева**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, гр. Велико Търново  
Стопански факултет, катедра „Маркетинг и туризъм“  
e-mail: niki\_peneva93@abv.bg

#### **Abstract**

*In the present report, esoteric tourism is considered as a tool of diversification of tourism offering in Bulgaria. They are presented potential points of interest for development of esoteric tourism and conditions for its practicing. At the end of the statement, it is submitted its binding with the sustainable development, which is also a crucial component for its popularization. They are made some practical suggestions for the approval of esoteric tourism, as an sustainable kind of tourism in Bulgaria.*

**Keywords:** sustainable, esoteric, eco, alternative, cultural, tourism, development, popularization

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

От самото си зараждане, туристическият сектор е един от най-бързо развиващите се. Броят на дейностите и преживяванията, които основателно могат да се определят като туризъм, се е увеличил значително. Днес почти всеки аспект на човешката дейност и култура има потенциала да се превърне във форма на туризъм. Променящите се потребности са в основата на динамичния характер на сектора. Това е главната причина да се търси алтернатива на масовия туризъм.

Обект на проучване е езотеричният туризъм като средство за разнообразяване на туристическото предлагане в България.

Предмет на настоящата разработка е разпространението на езотуризма като инструмент за устойчиво развитие на туризма в България.

Целта на доклада е запознаване с възможностите на езотуризма и начините за популяризирането му на българския туристически пазар.

#### **1. Понятието „ЕЗОТЕРИЧЕН ТУРИЗЪМ“**

За да се добие по-ясна представа за понятието „езотеричен туризъм“ е необходимо преди това да се поясни какво означава *алтернативен туризъм*. Това е всеки туризъм, предоставящ туристически услуги, които се определят като алтернатива на ма-



совия туристически продукт по начин на предлагане, протичане на ангажирания човешкия ресурс.

„Същността е пътуване навътре в нас и назад във времето.“<sup>[5]</sup>

**Езотеричният туризъм** е форма на алтернативния туризъм, която се изразява в посещение на свещени места, енергийни центрове, култови обекти, както и наблюдение и участие в обреди и ритуали с цел опознаване на алтернативна култура и начин на мислене, което да доведе до себепознание и личностно израстваене.

За пръв път за него се споменава едва през 60-те и 80-те години на миналия век с понятието „New Age tourism“.<sup>[3]</sup> Причина за възникването му е потребността на туристите от мистика, търсене на нестандартното и трудно обяснимото. Най-характерната особеност на този тип туризъм е мотивацията на туристите за духовно и интелектуално израстване, самовглъбяване, вътрешно прозрение и преобразяване, а в някои случаи и лечение. Може да се каже, че хората стават туристи в собствената си идентичност. В определена степен религиозния и езотеричния туризъм се препокриват, а разликата между тях се крие в убежденията на посетителите, както и елемента на доказуемост и обяснимост за произхода и предназначението на туристическите обекти.

Езотеричният туризъм съчетава в себе си най-вече *природни* и *културни* обекти и посещавайки ги, туристът има възможност да опознае алтернативна култура и по този начин да преоткрие себе си. Имайки предвид урбанизацията и динамичността на ежедневието, такъв тип пътувания ще стават все по-популярни. От масовото предлагане ще се отказват все повече хора в следващите 50 г. Макар и слабо развит и пренебрегван, езотуризмът е значителна форма на туризъм, която отразява влиянето на постмодерната култура.

## **2. Обекти и потенциал за България**

България е страна, център на много и различни учения и духовни практики. Това от своя страна е още едно благоприятстващо туризма явление. Като основни обекти за езотеричен туризъм могат да се посочат: тракийски светилища, тангриски езически капища, богомилски светилища, исихастки християнски манастири, Дъновистки места на Бялото братство, зони, свързани с енергийния феномен на пророчицата Ванга; аязма, енергийни центрове; традиции и ритуали и т.н.<sup>[4]</sup> Всички те свидетелстват за разнообразието на предлаганата услуга.



## Тракийски светилища

Тракийските гробници и светилища са единствените почти изцяло запазени представители на монументалната култова архитектура на древните траки.

В Родопите се намира Светилището на Орфей, близо до предполагаемото му родно село Гела. Край курорта Пампорово се намира Орфеевата скала. Също в този район се намират Триградското ждрело, пещерата Дяволското гърло, светилището край село Мугла. Орфей е един от големите учители на човечеството, предшественик на Аполон, създател на първата езотерична школа на Балканите.<sup>[6]</sup>

В България има изключително много култови обекти, датиращи от дълбока древност, които са били използвани за ритуални нужди от населяващите района тракийски племена. Основна заслуга за тяхното запазване до наши дни е, че почти всички те се намират засипани в надгробни могили. На територията на България има над 60 хиляди такива тракийски могили, от които са проучени едва около 1000.

Една малка част от тракийските светилища са: Тракийско укрепено светилище на вр. *Бабешка чука* (до с. Бабяк, община Белица); Тракийско светилище край *Бегликташ* (обл. Бургас); *Белинташ* (общ. Асеновград); *Герилица* (обл. Благоевград) - Мегалитно светилище от I хил. пр.Хр.; *Глухите камъни* (с. Малко Градище, обл. Хасково) - един от най-големите скални тракийски култово-погребални комплекси в Източните Родопи; *Драгойна (руини)* (обл. Пловдив) – светилище, фортификационно съоръжение XIII – IIIв. пр.Хр.; *Караджов камък* (обл. Пловдив) - Скално изсечено светилище на древнотракийско време Беси, Vв. пр.Хр; *Кован Кая* (обл. Хасково) - част от мегалитен тракийски култов комплекс в Източните Родопи; *Кралитарковата стъпка* (обл. Хасково) култово скално съоръжение (вероятно жертвеник); *Кулата* (Копривщица, обл. Пазарджик) част от мито-ритуалните практики на владетелите на древнотракийското племе на Одрисите, населявали региона на Същинска Средна гора в древността; *Марков камък* (обл. Бургас) – XII – VIIв. пр.Хр., тракийско светилище, свързано с култа към Слънцето, плодородието и Великата Богиня Майка; *Орлови скали* (Ардино, обл. Кърджали) – светилище V - IVв. пр.Хр.; Мегалитно светилище под *Царев връх*; *Перперикон*, *Татул* (обл. Кърджали); Пещера „*Утроба*“ е тракийско светилище и много други.

Както става ясно всички тези обекти са мегалитни форми и скални образувания, а разположението на всички светилища дава възможност езотеричният туризъм да се обвърже с устойчивост чрез екологичния и културния характер на обектите.



### ***Тангриски езически капища и жертвеници***

Тенгризмът е средноазиатски шаманизъм, пренесен от древните българи при Великото преселение на народите от Памир и Тяншан, включващ шаманство, анимизъм, тотемизъм, култ към предците и определени елементи от китайската космология. [8][9]

В Лудогорието се намират светилищата (капища) на бог Тангра до с. Мадара, близо до Мадарския конник, съчетаващ история, прекрасна природа и силна енергия. Капища има в старите български столици Плиска и Преслав. Жертвеници са намирани край р. Русенски Лом, край Силистра и др. места.

### ***Богомилски светилища***

Богомилството е еретично социално-религиозно учение. Възниква сред низшето духовенство в България през първата половина на Хв. и получава през X-XIIв. разпространение в Сърбия, Босна, цялата Византийска империя, Италия, Южна Франция и други страни в Централна и Западна Европа. По своята същност богомилството е дуалистично учение и обхваща богомилската космогония, христология, есхатология и етика. [10] Богомилите са преследвани от Православната църква, но успяват да създадат десетки свои светилища по тези места. Такива има в Рила и Пирин, по правило места с голяма надморска височина – 2000м., които са със силна магнитна енергия.

### ***Исихастки манастири***

Исихазмът е мистическо течение в православното християнство, според което при усилена молитва и вглъбяване, вярващият може да постигне единение с Бог. [11] То е с много силна антикатолическа насоченост, поради грабителствата на кръстоносците и опустошаването на Константинопол през 1204г. Обеки, които могат да се посочат тук са Кръстова гора, Рилският манастир, Ивановските скални църкви (край гр. Русе), Аладжа манастир (край Златни пясъци).



### **Бялото братство**

Бялото братство е школа, създадена от Петър Дънов в България. Като основни места могат да се посочат Рила - 7-те Рилски езера, където ежегодно се провеждат мистерии и сбирките на последователите на Петър Дънов, а в София е гробът на Учителя.

### **Местата на пророчицата Ванга**



Местността Рупите е енергиен център, който се свързва с името на Ванга. Тук до църквата „Св. Петка Българска“ е разположен гробът ѝ. Ванга е международно призната ясновидка. За местността се смята, че е с изключително силно енергийно поле, което се дължи на намиращия се там угаснал вулкан Кожух, който според Ванга е ключът към разгадаването на древното ни минало.

### **Аязма**

Аязмото е водоизточник, който се намира на свещена за християните земя – храм, манастир. Водата от аязмото се смята за лековита, чудотворна. Много манастири в България имат аязмо, като една част от тях са Бачковски манастир, Рилски манастир, Троянски манастир, Патриаршески манастир, Клисурски манастир, Кукленски манастир, Белашински манастир, Араповски манастир, Сяновски манастир, Манастир „Рождество Богородично“ Кабиле, Поморийски манастир, Шишмановски манастир и т.н.;

Други примери са: минералните извори край Кюстендил до светилището на Асклепий, „Стойна лъка“; „Света вода“, с. Зебел; аязмо и столнина „Св.Константин и Елена“ и много др. <sup>[12]</sup>

### **Енергийни центрове**

Енергийните центрове могат да бъдат както природни, така и антропогенни ресурси, например пещера „Магурата“, м. Яйлата, Побитите камъни, Лечебните камъни край с. Скалица; Демир Баба теке (край Свещари), м. Дамбалъ; местности с феноменални явления – НЛЮ, паранормални явления и т.н. В Източните Родопи са концентрирани много голям брой мегалитни паметници, като скални светилища, скални ниши, долмени, менхири. Според някои езотерици в България се намира едно от трите очи на Земята (заедно с Тибет и част от Андите).

### **Ритуали, обреди и езотерични практики**

Като такива могат да се посочат: нестинарството (представлява древен езически култ, при който извършващите го след изпадане в транс танцуват боси върху жарави въглени. Обявено е от ЮНЕСКО за световно нематериално културно наследство); лазаруване, кукери, Дионисиеви празници и мн. др. В България и до днес се отбелязват множество езически обичаи, примесени с елементи от християнството.



### 3. Обвързване на езотуризма с устойчивото развитие

За тази форма на алтернативен туризъм се говори малко, като обектите, които са типични за извършването на такъв тип туризъм, се разглеждат предимно от културно-познавателния им аспект или изцяло като екологичен обект, без да се обединяват като цялостен туристически продукт. Това в определена степен възпрепятства развитието на езотеричния туризъм, тъй като се популяризира единствено в едно направление. Големият потенциал, който се разкрива пред него трябва да се търси в сто-процентовата му устойчивост: еко, социално отговорен, развиващ икономиката на малките райони. Освен всичко останало този тип туризъм съчетава в себе си и една особена потребност - от мистика и одухотворяване на личността.

Устойчивият туризъм е основен двигател и важно условие за устойчивото развитие на дестинацията, защото чрез него се осигурява баланс на интересите на всички участници: местното население, туристите, туроператорите, местния бизнес от туризма и свободното време, местната власт и обществеността. Той е с дългосрочна ориентация. По своята същност езотеричният туризъм е устойчив туризъм<sup>[1]</sup> и в подкрепа на тази теза може да се послочи следното:

- **щадя околната среда и туристическите ресурси, тъй като не генерира огромен туристопоток, характерен за масовия туризъм;**
- **постига социално равенство и качество на живот;**
- **предоставя икономически възможности за местното население – подпомага местните къщи за гости, малки семейни хотели и ресторанти;**
- **предотвратява неблагоприятните последици от масовия туризъм, тъй като туристическата потребност, която трябва да се задоволи е специфична, а туристопотокът е сравнително ограничен;**
- **съчетава естествената и изкуствената среда при създаването на туристическия продукт;**
- **туристическият продукт притежава потенциал за *преодоляване на сезонността* и създаване на специална емоционална връзка с България;**
- **използва икономично природните ресурси и не нарушава биоразнообразието;**
- **опазва антропогенните и природните ресурси;**
- **позволява гражданско участие и партньорство на всички равнища, касаещи развитието на туризма;**



- **редуцира разходите, чрез намаляване използването на суровини и елиминира разхищителните практики.**

Голяма част от обектите на езотеричния туризъм са популярни туристически дестинации, но други са познати предимно на местно ниво. За да се развие тази форма на алтернативен туризъм и да се обогати туристическата визитка на България, се изисква популяризирането на тези обекти, както и на всички допълнителни услуги, които дадена дестинация може да предложи. За развитието на обектите освен от местната власт, финансиране може да се набави и от различни проекти, подкрепящи устойчивото развитие. Това може да стане и чрез активизиране на публично-частното партньорство и неправителствени организации. Утвърждаването на езотеричният туризъм на пазара може да се осъществи от различни туроператори и туристически агенции, които да обогатят начините на предлагане на съответния продукт или да създадат нов. Това би могло да стане като се изготвят и популяризират туристически маршрути, които да са тематични (напр. на траките, като в случая Източните Родопи са особено подходящо място; исихастите; местности с паранормални явления и т.н.). Необходима е засилената реклама на езотуризма на различни туристически изложения /национални и международни/, конгреси и симпозиуми. Развитието на човешките ресурси ще се оптимизира чрез взаимодействие на хората от туристическия бранш с различни научни специалисти.

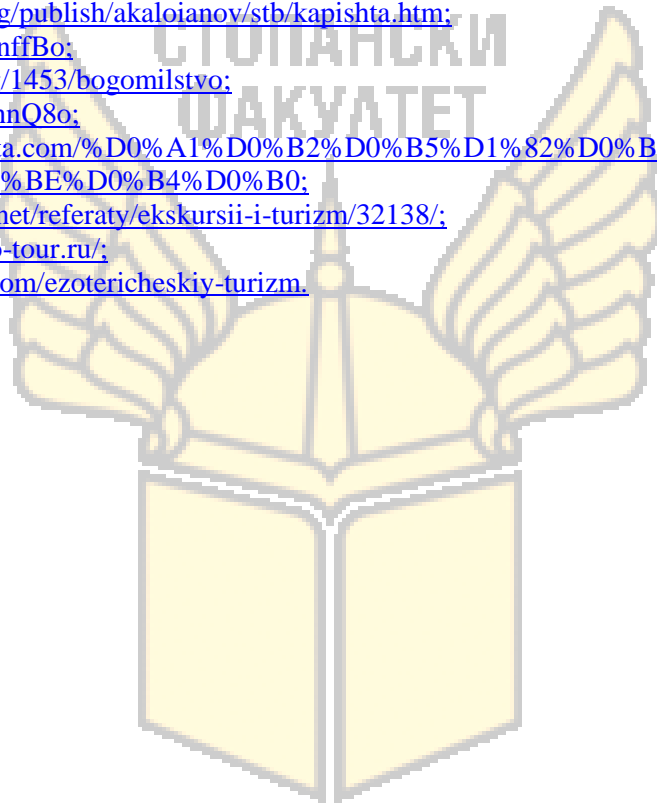
## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

За да се развива туристическият сектор в България е необходимо постоянно да се налагат нови и устойчиви форми на туризъм, които да задоволяват непрестанно променящите се потребности на туристите. Езотеричният туризъм е една добра възможност за развитие на някои райони и малки населени места. Освен това той съчетава културни и природни обекти и извежда емоционалното състояние на туристите на ново ниво. Оптимизирането на наличните ресурси за развитието на езотуризма и създаване условия за практикуването му ще допринесе успеха на туристическия сектор. На алтернативните и устойчиви форми на туризъм трябва да започне да се гледа като приоритетни, за да може да се преодолее проблемът със сезонността в България и да се подпомогне развитието на по-слабо развити райони.

## **ЛИТЕРАТУРА:**



1. Димитрова В., лекции по дисциплината „Устойчиво развитие на туризма“, 2016 г.;
2. Михайлов М., „Стратегически подходи за развитие на културния туризъм“, НБУ, 2012 г.;
3. Paul Sutton and Joanna House - “The New Age of Tourism: Postmodern Tourism for Postmodern People?”; (Huysen 1990:375) / (<http://www.arasite.org/pspage2.htm>);
4. [http://bg.zonebulgaria.com/planini/nestandarten\\_turizam/ezoterichen/](http://bg.zonebulgaria.com/planini/nestandarten_turizam/ezoterichen/);
5. <http://www.baatbg.org/alternativen-turizym/5/>;
6. <http://bit.ly/1Vrsfgc>;
7. [http://tourlib.net/statti\\_tourism/kozban.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/kozban.htm);
8. <http://litenet.bg/publish/akaloianov/stb/kapishta.htm>;
9. <http://bit.ly/1VnffBo>;
10. <http://istoria.bg/1453/bogomilstvo>;
11. <http://bit.ly/1ShnQ8o>;
12. <http://svetimesta.com/%D0%A1%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0-%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B0>;
13. <http://edportal.net/referaty/ekskursii-i-turizm/32138/>;
14. <http://www.ezo-tour.ru/>;
15. <http://ezotour.com/ezotericheskiy-turizm>.





## АНАЛИЗ НА БРУТНИТЕ ЕКСПОЗИЦИИ С НАРУШЕНО ОБСЛУЖВАНЕ ЗА ПЕРИОДА 2011 Г. – 2015 Г.

### ANALYSIS OF GROSS EXPOSURES WITH IMPAIRED SERVICES DURING 2011-2015 YEAR

**Нора Стоянова**

ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“  
e-mail: nora.stoianova@gmail.com

#### **Abstract**

*The current analysis is based on servicing impaired loans, which produce adverse effects on the country's economic development and banking system. An impaired loan is also known as "bad loan". By definition this is a loan in which the value of the collateral is less than the borrower's outstanding principal cash flow; the borrower's business is in decline, therefore it is insufficient for servicing principal or interest. These occur either in periods of economic depression or in areas hit by natural disasters.*

**Keywords:** banks, "bad loans", gross exposures with impaired services

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Предоставянето на кредити към физически и юридически лица и приемането на депозити от вложители са основни дейности на търговските банки. Кредитната дейност на банките им носи около 70% от приходите, но в същото време е и най-рисковата им дейност. В основата на настоящият анализ са кредитите с нарушено обслужване, които оказват неблагоприятно влияние върху икономическото развитие на страната и банковата ни система.

#### **ИЗЛОЖЕНИЕ**

Кредитите с нарушено обслужване се наричат още „лоши“ кредити. Като такива можем да дефинираме заемите, при които стойността на обезпечението е по-малка от неиздължената главница, паричният поток на кредитополучателя е недостатъчен за обслужване на главницата или лихвата, отрасълът на кредитополучателя е в състояние на упадък, настъпила е икономическа депресия или природно бедствие. Независимо от мерките, които банката предприема и контрола, който упражнява върху отпуснатите кредити, просрочените кредити съществуват.

„Лошите“ кредити са рискови кредити и при тях са налице съществени нарушения в обслужване им. Наличието им е знак за лошо финансово състояние на длъжника. Тези задължения се приемат за несъбираеми, независимо че имат частична възстановителна стойност, която може да се реализира в бъдеще.



В такива моменти е важно реакцията на банката да бъде навременна и адекватна, да е свързана с откриване на проблема в начало му и да са предприети на незабавни мерки за отстраняването му.

Българската народна банка е официалната институция, която управлява, контролира и отчита движението на класифицираните експозиции в България, позовавайки се на правната рамка в лицето на Закона за кредитни институции и различните наредбите.

През декември 2011г. (табл. № 1) кредитите с нередовно обслужване имат относителен дял 20,2% от общия кредитен портфейл на банките, показват изчисления на база данни на БНБ.

Освен намалението на „лошите“ кредити като абсолютна стойност, има ръст на общия кредитен портфейл с 0,89% само през декември 2011г., което също способства за намалението дела на лошите и реструктурирани кредити. На годишна база общият кредитен портфейл се увеличава с 3,37%.

Делът на лошите и реструктурирани фирмени кредити е 27,15%. При потребителските процентът е 14,4% , а при жилищните - 19,8%.

Таблица № 1. Брутна стойност преди обезценка на кредитите с нарушено обслужване към декември 2011 г.

Наименование	ОБЩО	Кредити с нарушено обслужване (хил. лв.)		
		просрочие от 30 до 90 дни	просрочие от 90 до 180 дни	просрочие повече от 180 дни
<b>Абсолютна стойност</b>				
<b>Кредити и аванси</b>	<b>64 352 181</b>	<b>4 644 238</b>	<b>1 779 515</b>	<b>6 585 832</b>
Предприятия (корпоративни клиенти)	36 103 561	3 715 865	1 405 438	4 682 375
Експозиции на дребно	18 513 219	917 160	363 197	1 884 674
Жилищни ипотечни кредити на физически лица	9 368 120	575 265	229 095	1 046 211
Потребителски кредити	9 145 099	341 895	134 102	838 463
<b>Относителна стойност</b>				
Предприятия (корпоративни клиенти)	56,1%	10,29%	3,89%	12,97%
Жилищни ипотечни кредити	14,6%	6,1%	2,4%	11,2%
Потребителски кредити	14,2%	3,7%	1,5%	9,2%

Източник: БНБ



13,73 млрд. лв. са проблемните кредити към декември 2012 г. или 21,2% от общата брутна стойност преди обезценката.

Увеличение се наблюдава при жилищните (от 19,8% до 22,2%) и лек спад при потребителските необслужвани кредити (с 0,2% до 14,2%) .

Фирмените кредити с нарушено обслужване се увеличават с 0,13% през декември 2012 г. до 10,31 млрд.лв. в съотношение с декември 2011г., но към периода се отчита спад на дялът им спрямо общото количество отпуснати кредити на предприятия от банките – с 0,12%.

Таблица № 2. Брутна стойност преди обезценка на кредитите с нарушено обслужване към декември 2012 г.

Наименование	ОБЩО	Кредити с нарушено обслужване (хил. лв.)		
		просрочие от 30 до 90 дни	просрочие от 90 до 180 дни	просрочие повече от 180 дни
<b>Абсолютна стойност</b>				
<b>Кредити и аванси</b>	<b>64 725 969</b>	<b>4 120 490</b>	<b>1 652 324</b>	<b>7 961 521</b>
Предприятия (корпоративни клиенти)	38 166 278	3 118 709	1 304 074	5 891 752
Експозиции на дребно	18 415 201	978 103	347 344	2 047 969
Жилищни ипотечни кредити на физически лица	9 441 757	571 525	209 792	1 317 404
Потребителски кредити	8 973 444	406 578	137 552	730 565
<b>Относителна стойност</b>				
Предприятия (корпоративни клиенти)	59%	8,2%	3,4%	15,4%
Жилищни ипотечни кредити	14,6%	6,1%	2,2%	14%
Потребителски кредити	13,9%	4,5%	1,5%	8,1%

Източник: БНБ

Данните на БНБ към декември 2013г. показват, че от общия кредитен портфейл на банките (без овърдрафтите) преди обезценките класифицираните са 19,9%. Делът на „лошите“ корпоративни и потребителските заеми намалява до съответно 26,6% и 13,6%. Покачване се наблюдава при жилищните (22,7%).

В сегмента „Експозиции на дребно“ спрямо декември 2012 г. намаляват потребителските (с 0,6%), а се увеличават жилищните (с 0,5%)

В края на декември общият портфейл на банките от кредити отбелязва повишение от 3,3 млрд. лв на годишна база.



Таблица № 3. Брутна стойност преди обезценка на кредитите с нарушено обслужване към декември 2013 г.

Наименование	ОБЩО	Кредити с нарушено обслужване (хил. лв.)		
		просрочие от 30 до 90 дни	просрочие от 90 до 180 дни	просрочие по- вече от 180 дни
<b>Абсолютна стойност</b>				
<b>Кредити и аванси</b>	<b>68 114 313</b>	<b>3 737 340</b>	<b>1 325 887</b>	<b>8 543 791</b>
Предприятия (корпоративни клиенти)	38 305 779	2 813 985	1 017 842	6 372 568
Експозиции на дребно	18 503 913	914 792	303 358	2 156 279
Жилищни ипотечни кредити на физически лица	9 388 647	528 530	180 709	1 423 279
Потребителски кредити	9 115 266	386 262	122 649	733 000
<b>Относителна стойност</b>				
Предприятия (корпоративни клиенти)	56,2%	7,3%	2,7%	16,6%
Жилищни ипотечни кредити	13,8%	5,6%	1,9%	15,2%
Потребителски кредити	13,4%	4,2%	1,3%	8%

Източник: БНБ

18,9% показват изчисления на база данни на БНБ, че са „лошите“ кредити през декември 2014 г.

Относителният дял на рисковите заеми се повишава при тези отпуснати за предприятия и достига стойности от 26,8%, но се понижава при потребителските (13,3%), жилищните (21,8%). В рамките на класифицираните кредити в експозициите на дребно спрямо декември 2013г. намаляват дяловете потребителските (с 0,2%) и жилищните (с 0,9%).

Обемът на кредитите за фирмите нараства с 0,2% на годишна база, а този за домакинствата се понижава с 0,5% на годишна база.

Таблица № 4. Брутна стойност преди обезценка на кредитите с нарушено обслужване към декември 2014 г.

Наименование	ОБЩО	Кредити с нарушено обслужване (хил. лв.)		
		просрочие от 30 до 90 дни	просрочие от 90 до 180 дни	просрочие по- вече от 180 дни
<b>Абсолютна стойност</b>				
<b>Кредити и аванси</b>	<b>66 567 167</b>	<b>3 186 506</b>	<b>1 397 460</b>	<b>7 976 308</b>
Предприятия (корпоративни клиенти)	34 319 322	2 322 592	1 102 670	5 772 868
Експозиции на дребно	18 290 044	809 004	291 688	2 129 994



Жилищни ипотечни кредити на физически лица	9 304 089	473 991	166 498	1 392 439
Потребителски кредити	8 985 955	335 013	125 190	737 555
<b>Относителна стойност</b>				
Предприятия (корпоративни клиенти)	51,6%	6,8%	3,2%	16,8%
Жилищни ипотечни кредити	14,0%	5,1%	1,8%	15,0%
Потребителски кредити	13,5%	3,7%	1,4%	8,2%

Източник: БНБ

Таблица № 5 показва стойностите на заемите с нарушено обслужване към декември 2015г. Жилищните „лоши” кредити са 18,3%, а потребителски такива - 14,1%. В рамките на просрочените кредитите за домакинствата спрямо декември 2014 г. намаляват дяловете потребителските (с 0,2%) и жилищните (с 0,9%).

От друга страна делът на фирмени заеми с просрочие се покачва до 23,3%. Сумата на рисковите кредити за бизнеса се свива с 3,5% спрямо миналата 2014 г.

Частта на нередовните кредитите от общия кредитен портфейл на банките преди обезценката се понижава от 18,9% през декември 2014г. до 14,5% през декември 2015г.

Таблица № 5. Брутна стойност преди обезценка на кредитите с нарушено обслужване към декември 2015г.

Наименование	ОБЩО	Кредити с нарушено обслужване (хил. лв.)		
		просрочие от 30 до 90 дни	просрочие от 90 до 180 дни	просрочие повече от 180 дни
<b>Абсолютна стойност</b>				
<b>Кредити и аванси</b>	<b>75 964 387</b>	<b>2 712 403</b>	<b>739 293</b>	<b>7 573 809</b>
Нефинансови предприятия	33 284 915	1 944 041	508 254	5 304 535
Домакинства:	18 311 626	765 695	226 871	2 149 064
Жилищни ипотечни кредити	8 764 173	408 991	121 953	1 075 711
Потребителски кредити	8 717 582	314 147	93 343	818 017
<b>Относителна стойност</b>				
Нефинансови предприятия	43,8%	5,8%	1,5%	15,9%
Жилищни ипотечни кредити	11,54%	4,7%	1,4%	12,3%
Потребителски кредити	11,48%	3,6%	1,1%	9,4%

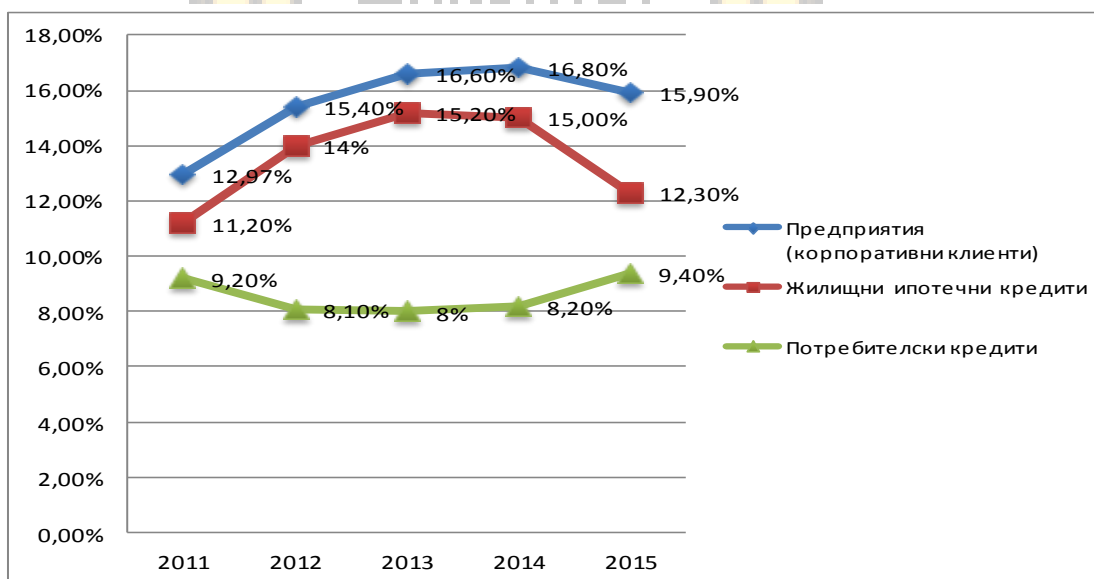
Източник: БНБ

От друга страна делът на фирмени заеми с просрочие се покачва до 23,3%. Сумата на рисковите кредити за бизнеса се свива с 3,5% спрямо миналата 2014г. Частта на нередовните кредитите от общия кредитен портфейл на банките преди обезценката се понижава от 18,9% през декември 2014г. до 14,5% през декември 2015г.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение може да се отчете, че спадът на рисковите експозиции се дължи на комбинацията от свито кредитиране и прочистване на портфейлите на банките. Този факт може да се онагледява чрез фигура 1. Данните на графиката показват, че корпоративните и жилищните кредити бележат спад за 2015г и леко повишение при потребителските заеми.



Фиг. 1 Дял на кредити с просрочено обслужване над 180 дни (за корпоративни, жилищни и потребителски кредити)

Възможно е намалението на „лошите“ експозиции към декември 2015г. да се дължи на отписването на кредити като тотална загуба или на продажбата им при силно понижена цена (например срещу 10% от номиналната стойност), каквато практика имат някои банки (продажба на пакети от кредити с нарушено обслужване). Продажбите именно на такива пакети засилват интензитета си в края 2015г. на фона на подготовката на трезорите за предстоящия преглед на качеството на активите и стрес тестовете.

Наличието на голям относителен дял на проблемни кредити намалява печалбата на банковите институции. Това води до поддържане на високи лихвени проценти от тяхна страна, за да има възможност за подсигуряване на своите евентуални загуби при



преминаването на даден кредит в групата на необслужваните. Когато една банка не разполага с достатъчен капитал, печалба и провизии, дори и наличието на нисък относителен дял на лоши кредити може да се окаже фатален и да я доведе до фалит. В обратния случай – когато една банка има финансови провизии и реализира печалба, поддържайки високо ниво на собствения си капитал, то тази финансова институция може да поддържа по-висок относителен дял на проблемни кредити.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Видолова, М. Банково дело, Велико Търново, 2013 г.
- [2] Радков, Р., Д. Манчева, Банково дело, Мартилен, 2007 г.
- [3] Димитрова, Р. Банки и банково обслужване, Ромина, 2005 г.
- [4][http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS\\_201512\\_BG](http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS_201512_BG)
- [5][http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS\\_201412\\_BG](http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS_201412_BG)
- [6][http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS\\_201312\\_BG](http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS_201312_BG)
- [7][http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS\\_201212\\_BG](http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS_201212_BG)
- [8][http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS\\_201112\\_BG](http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/BS_201112_BG)
- [9] <http://econ.bg>





## РАЗВИТИЕ НА ЕВРОПАЗАРИТЕ И УЧАСТИЕ НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ КАТО ЕМИТЕНТ НА ОБЛИГАЦИИ

### DEVELOPMENT OF THE EUROMARKETS AND PARTICIPATION OF THE REPUBLIC OF BULGARIA AS AN ISSUER OF BONDS

Павлета Колева и Михаела Димитрова  
ВТУ „св. св. Кирил и Методий”

e-mail: [pavleta\\_koleva123@abv.bg](mailto:pavleta_koleva123@abv.bg) / [dimitrova.93@abv.bg](mailto:dimitrova.93@abv.bg)

#### Abstract

*The report examines the formation and development of individual components of the Euromarket. The emphasis is on the Eurobond market and peculiarities of eurobonds as a key tool in this market. On the base of the assessment of the role of the Euromarket for the development of the national economies, the report considers the place of the Republic of Bulgaria as an issuer of Eurobonds.*

**Keywords:** европазар, международен финансов пазар, еврооблигации.

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Възникването на европазарите представлява едно от най-важните явления в международния финансов живот след Втората световна война. Техните параметри изразяват глобалната финансова интеграция. На европазарите се извършват депозитни и кредитни операции от всички големи международни банки и институционални инвеститори. Те са източник на средства, които мобилизира всички финансови центрове в света.

#### ИЗЛОЖЕНИЕ

##### 1. Генезис и особености на европазара

Според Милчо Стоименов „европазарът може да бъде дефиниран като банков пазар, функциониращ извън юрисдикцията на страната, чиято валута се използва за осъществяване на операциите. Частни случаи на европазараса евродоларовият, евроевровият, евростерлинговият и евройеновият пазар.” [2, с. 416]

Светослав Масларов отбелязва ключовата роля на „петродоларите” за развитието на евровалутния пазар. [1, с. 85-86]

Изучаването на европазара е от изключително значение, защото основните проявления на глобализацията на финансовите отношения са евровалутните пазари и пре-



ките чуждестранни инвестиции. Те водят до разбиране и познания относно структурата на евровалутния пазар, същността и инструментите на пазара.

От казаното до тук можем да приемем, че европазарът е глобален, многостранен и важен от гледна точка на неговото изучаване.

Валутата, в която се извършват операциите на европазара, се нарича евровалута (eurocurrency). Това наименование не трябва да се бърка с еврото – колективната валута на страните от Европейския паричен съюз. Евровалутата се появява, когато средствата, получени от дадена банка под формата на влог, са във валута, различна от валутата на страната, в която се намира банката. Банките, извършващи операции в евровалута, се наричат евробанки.

Европазарът се състои от три основни функционални части, които се появяват в различно време. Това са евровалутният (европаричният), еврокредитният и еврооблигационният пазар. Анализирайки техния генезис, можем да отбележим ключовите им характеристики. [1, с. 85-86; 2, 428-452]

- Евровалутният пазар се появява спонтанно през 50-те години на миналия век. Той е краткосрочен пазар, на който евробанките извършват депозитно-кредитни операции със своите клиенти и си предоставят взаимно депозити.
- Еврокредитният пазар възниква в края на 60-те години. На него се съществуват операции по предоставяне на средносрочни и дългосрочни кредити.
- Еврооблигационният пазар се формира в началото на 60-те години като пазар на евроценни книжа – еврооблигации, евроноти, евротърговски книжа и др.

Трите части на европазара си взаимодействат, но същевременно се отличават със специфични особености. Те са обособени в самостоятелни структури и образуват групата на европазарите. Различията помежду им са главно в специфичните особености на някои от използваните инструменти и в начините на осъществяване на кредитните операции.

Евровалутният пазар се различава от другите по това, че е краткосрочен. На него се търгуват евровалутни депозитни инструменти и дългови инструменти. Част от първите са срочни евродепозити и евродепозитните сертификати, а от вторите – краткосрочни търговски евроменителници, евроноти, евротърговски книжа.

Еврокредитният пазар представлява относително самостоятелна функционална част на европазара, обект на търговия, на която са разнообразни кредитни продукти. Специфичното за този пазар е, че на него се извършват падежна и лихвена трансформа-



ция.

Еврооблигационният пазар представлява пазар на дългосрочни ценни книжа. Той се появява в началото на 60-те години на миналия век. Конкретният повод за неговото възникване е въведената в САЩ през 1963 година изравнителна такса върху лихвените доходи на американските резиденти, която има за цел да ограничи изтичането на капитали, породено от емисията на задгранични облигации на Нюйоркския фондов пазар.

Еврооблигационният пазар няма конкретно географско месторазположение. Осъществяването на еврооблигационен заем предполага появата на три различни субекта – емитент-резидент, нерезидент и инвеститор от трета страна.

Еврооблигацията е средносрочен или дългосрочен дългов инструмент, който се емитира в еврвалута и се ползва с привилегиран фискален статут. Съществуват няколко вида еврооблигации. Такива например са: класически облигации; еврооблигации с променлив лихвен процент; конвертируеми еврооблигации; еврооблигации с вариант; еврооблигации с двойна валута; еврооблигации с нулев купон; еврооблигации с удължен срок за закупуване и други.

Според специализирания сайт [www.investopedia.com](http://www.investopedia.com), еврооблигациите са емитирани от международни институции, които ги категоризират в зависимост от валутата. Еврооблигациите са предпочитани инструменти за финансиране, тъй като те дават гъвкавост на емитента, за да избере страната, в която да се предложи емисията, съгласно регулаторните ѝ изисквания. Емитентите могат да обявят своите еврооблигации в предпочитаната от тях валута. Еврооблигациите са привлекателни за инвеститорите, тъй като те имат малки номинални стойности и висока ликвидност.

Европазарът допринася в значителна степен за финансовата интеграция между страните. Европазарът носи и не малко рискове, но това не спира инвеститорите да го използват. Липсата на правила за управление на евробранките често пъти става причина да се постави въпросът за установяване в някаква степен на контрол над европазара. Ако се наложат такива мерки в даден финансов център, например Лондон, това може да доведе единствено паричните потоци, минаващи през Лондон, да бъдат преместени в друг финансов център.

## 2. България и еврооблигационният пазар

България е активен участник на международния капиталов пазар като емитент



на еврооблигации. Началото на българските еврооблигационните емисии е поставено с емисията на Столична голяма община през май 1999 г. [3, с. 19] Това е първата поява на български дългови книжа на европейските капиталови пазари като се изключи трансформирания дълг към банките-кредиторки от Лондонския клуб в брейди-облигации през 1994 г. Предпоставки за успешното пласиране и падежиране на общинските еврооблигации са мащабите на емитента като най-голямата българска община и относително високия ѝ кредитен рейтинг. Емисията на софийските еврооблигации е една от причините за последвалите успешно реализирани емисии на български държавни еврооблигации.

Участието на България като емитент на еврооблигационния пазар е обусловено от необходимостта за реструктуриране на външния дълг и преодоляване на негативния имидж, с който международните инвеститори свързват емитентите на брейди облигации. България емитира няколко пъти еврооблигации до началото на 2016 г. Параметрите на емисиите са представени в Таблица 1.

Година	2001	2012	2014	2015		
Номинална стойност	250 млн. евро	950 млн. евро	1493 млн. евро	1,25 млрд. евро	1 млрд. евро	850 млн. евро
Срок	5 год. и 3 месеца	5 години	10 години	7 години	12 години	20 години
Падеж	1.7.2007г.	9.07.2017г.	3.09.2024г.	26.03.2022г.	26.03.2027г.	26.03.2035г.
Доходност	7,250%	4,436%	3,055%	2,179%	2,732%	3,264%

Таблица 1. Показатели на емисиите еврооблигации в България.

Източник: Министерство на финансите

Преките ползи от емитирането на първата българска еврооблигационна емисия се изразяват не само в ефекта от увеличението на фискалния резерв, но и в установяването на критерий (benchmark) за бъдещо финансиране от международните пазари. С тази емисия е привлечено вниманието на широк кръг външни институционални инвеститори.

Чрез последвалата замяна на значителна част от своите брейди облигации, България се присъединява към наложилата се през последните години сред нововъзникващите пазари, и особено сред по-напредналите икономики в преход, тенденция към доброволна замяна на реструктуриран в брейди инструменти дълг срещу нови, глобални и евро облигации. По данни на международните финансови институции до края на 2001



г. в резултат на осъществените от много страни трансакции за подобно преоформяне на държавния дълг, обемът на редуцираните в глобален мащаб брейди емисии е почти 40 млрд. щатски долара.

От Таблица 1 можем да направим извод, че с течение на времето нараства номиналната стойност на еврооблигациите и намалява тяхната доходност, което отразява както променената финансова пазарна конюнктура, така и подобрените позиции на България като емитент. Увеличението на стойността на емитирания дълг е под влияние и на регистрираните бюджетни дефицити през последните години, падежирането на стар дълг (в т.ч. секюритизиран в еврооблигации) и кризата в банковата система около фалита на Корпоративна търговска банка. Наблюдава се увеличение и в матуритетите на емитираните книжа. В резултат на реализираните емисии от еврооблигации, номинирани в евро, се наблюдава сериозно изменение в структурата на държавния дълг през последните години и увеличаване относителния дял на заемите в евро.

В Таблица 2 се проследява делът, който еврооблигациите заемат в структурата на държавния дълг.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Външен дълг	8512,6	8215,7	7295,4	6583,7	5390,9	4688,7	4073,6	3270,2	3289,8	3373,5	3487,6	4444,5	4002,5	7081,7	7889,7
Млн. щ.д / евро	щ.д	щ.д	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
Дял на облигациите в структурата на външния дълг	2,36%	24,85%	24,10%	25,40%	31,60%	33,07%	29,78%	35,90%	32,60%	30,40%	27,90%	37,10%	43,42%	47,12%	48,16%

Таблица 2. Място на еврооблигациите във външния дълг на България.

Източник: Министерство на финансите

От Таблица 2 е построена Графика 1, която онагледява изменението на външния дълг през периода от 2001 г. до 2015 г. От нея става видно, че делът на облигациите в структурата на външния дълг става все по-голям. В структурата на общия държавния дълг делът на държавните ценни книжа е по-голям от този на кредитите, което се дължи на изцяло секюритизирания вътрешен дълг и на статиите от външния дълг, предста-



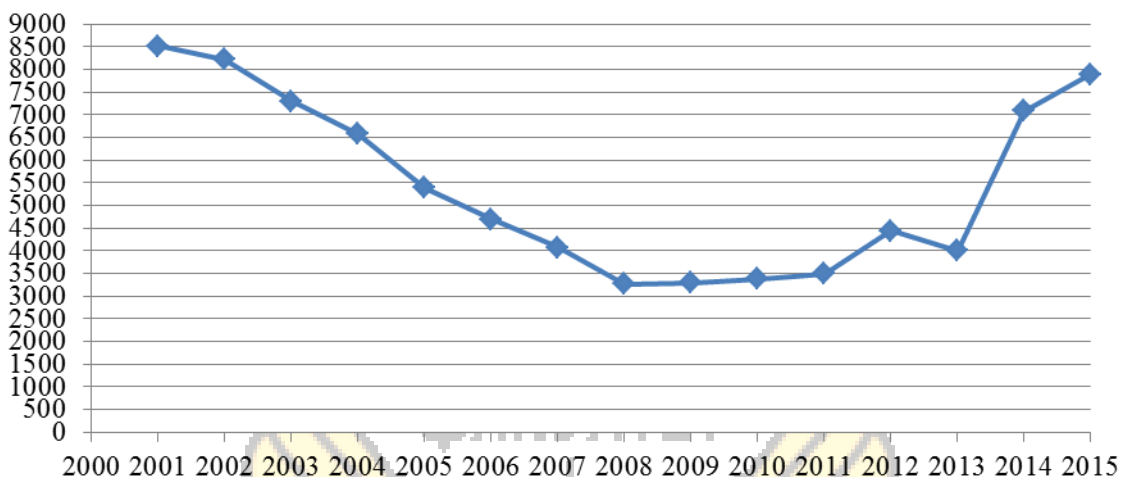
вени от брейди облигациите, новите еврооблигационна и глобални емисии. Процентът на еврооблигациите в структурата на външния дълг от 2001г. е едва 2.36% като през 2015г. този дял се равнява на цели 48,16%. Това е малко по-малко от половината от структурата на дълга. Вероятно тенденцията ще се запази и съвсем скоро повече от половината дял ще бъде заеман от облигации.



Графика 1. Дял на еврооблигациите в структурата на външния дълг.

От таблица 1 следва изводът, че с всяка изминала година външният дълг намалява до 2011г., след което отново започва да се увеличава. Намалението за периода до 2011 г. е свързано със стремежа към постепенно намаляване на дълговото бреме и повишаването на фискалния резерв. Не малък ефект оказват и операциите по реструктуриране на външния дълг, довели до свиване на номиналния му размер. Динамиката на дълга за периода 2000 – 2015 г. е онагледена на Графика 2.





Графика 2. Изменение на външния дълг (2000 г. – 2015 г.)

Емитирането на еврооблигации води след себе си ново разпределение на външния дълг на България. Преди емитирането на еврооблигации, голяма част от дълга е бил в щатски долари, което се отразява значително върху международните лихвени разплащания от страна на България. След емитирането на еврооблигации се наблюдава съществена разлика в отношението между дяловете в структурата на външния дълг.

В средата на март 2016 г. Министерството на финансите успешно пласира двоен транш 7- и 12-годишни облигации на обща стойност 1,994 млрд. евро, който е равностоен и на максимално допустимия размер на новоемитирания външен дълг през 2016 г. – 3,9 млрд. лв. Можем да направим извод, че еврооблигациите запазват своето значение до днес, и в бъдеще те ще осигуряват външното финансиране на България.

Според М.Стоименов „най-голямото постижение на европазара е може би това, че е политически неутрален. Страни, разполагащи с излишък в платежния баланс, могат да инвестират средства на този пазар, без да са изложени на риск от произвола на политиката на една или друга държава.” [2, с.453]

Европазарът, чрез ефективното международно финансово посредничество на евробанките, активно способства за разпределение и преразпределение на спестяванията в световен мащаб. От това печелят инвеститори и заемополучатели. Еврокредитите стимулират производството, растежа на БВП и заетостта в страните заемополучатели.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Европазарт се отличава със специфични механизми на функциониране, със собствени правила на организация, с огромни мащаби и с уникална разнородност на неговите участници. Появил се за първи път в Европа, за кратък исторически отрязък от време той успява да обхване целия свят. Неговото географско разположение е във всички големи финансови центрове в света. България е активен участник на европазара. След емитирането на дълга от началото на 2016г., транзакция броят на емитираните български облигации на международните капиталови пазари достигна седем.

## ЛИТЕРАТУРА:

- [1] Масларов, Св. Международни финанси (избрани лекции), Издателство на ВУЗФ, София, 2010
- [2] Стоименов М. Международни финанси, Тракия – М, София, 2011 г.
- [3] Цонкова, В. Пазарт на общински облигации в България в процеса на присъединяване към Европейски съюз. Сборник научни трудове от международна научна конференция, Сибиу, Румъния, 2005 г.
- [3] Месечен бюлетин "Държавен дълг" /[www.minfin.bg](http://www.minfin.bg)
- [4] [www.investor.bg](http://www.investor.bg)
- [5] [www.investopedia.com](http://www.investopedia.com)





## ПРОБЛЕМИ НА ФИНАНСОВАТА ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ В БЪЛГАРИЯ

### SOME PROBLEMS OF THE FINANCIAL DECENTRALISATION IN BULGARIA

Петя Христова Недева  
ВТУ “Св. св. Кирил и Методий”  
e-mail: [petya.nedeva@abv.bg](mailto:petya.nedeva@abv.bg)

#### Abstract

*Degree of decentralization corresponds to the degree of socio-economic development of a country. Financial decentralization could be seen as a positive process but also as a serious problem for the municipalities in Bulgaria. Our country needs more decentralization, but the management effectiveness depends greatly on the increasing capacity of the municipal administrations and the redistribution of the roles and responsibilities between the levels of government.*

**Keywords:** financial decentralization; local taxes; municipalities.

Проблемите на децентрализацията са пряко свързани с цялостния процес на демократизация в обществото. Децентрализацията не се разглежда като самоцел, а като средство за осигуряване на нормални приходи на общините, с които да се финансират техните задължения за предоставяне на местни услуги. Степента на децентрализация отговаря на степента на социално-икономическото развитие на една страна и е отражение на степента на демократизация, националната специфика, традициите и зрелостта на гражданското общество.<sup>44</sup>

Финансовата децентрализация се характеризира с предоставяне на ресурси, прехвърляне на източници на ресурси, на права за определяне на техния размер, начин на използване и на отговорности за финансиране на публични услуги.

В този смисъл степента на финансова децентрализация се определя от:

- наличните видове ресурси, постъпващи в бюджета на по-ниското равнище на териториално управление, и неговите правомощия за определянето им, т.е. от видовете приходи и приходните правомощия;
- възможността на по-ниското равнище на териториално управление да използва наличните ресурси, т.е. разходните му права и отговорности.

<sup>44</sup> Местно самоуправление, Проект „Активни и стабилни структури на гражданското общество за по-ефективна и прозрачна администрация“



Правомощията по приходите на местните органи се свързват с наличието на собствени приходи, с възможността за определяне на вида и размера им; придобиването на финансови ресурси от управление и разпореждане със собственост; възможността за организиране, събиране и използване на финансови средства от потребителите/местната общност; планирането и администрирането на собствени приходи; видовете субсидии и други трансфери от по-високи равнища на управление; начините на определянето и разпределението им, степента на свобода за използването им, възможностите за кредитиране. Разходните права и отговорности на местните органи за управление се свързват с възможността за: планиране на разходите; правото на задържане на текущите икономии на средства и преходния остатък; преразпределяне на средства между функции, дейности, видове разходи; наличие на инвестиционни ресурси; делегиране на средства на външни изпълнители; финансов контрол на използването на средствата.<sup>45</sup>

Предпоставки за осъществяването на финансовата децентрализация:

- Ясно определяне на разходните отговорности на централната и месните власти и осигуряване на подходяща приходна база за общините;
- Повишаване финансовата самостоятелност на българските общини;
- Увеличаване на възможностите на общините за финансиране на инфраструктурата;
- Подобряване бюджетната среда на централно и местно равнище;
- Реформиране на системата на фискални взаимоотношения в подкрепа на изброените посоки за промени, както и по начините за тяхното осъществяване.

Реализирането на Концепцията за финансова децентрализация в България се осъществява чрез разработването на програма.

От гледна точка на ползите, финансовата децентрализация може да увеличи ефективността и отзивчивостта на органите на властта, като въвлеча гражданите в управлението и укрепва демократичния процес. Тя осигурява по-добри публични услуги, по-голяма готовност да се заплаща за тях и по-голяма отзивчивост и отговорност на общинските ръководства и служители, осигуряващи тези услуги. Чрез децентрализацията може да се подобри и общото мобилизиране на приходоизточниците, като се покрият такива местни сегменти, които сега не са обхванати с националните данъци. Подобратата мобилизация на приходоизточниците ще позволи да се постигне по-добро съ-

<sup>45</sup> Актуализирана стратегия за децентрализация 2006-2015 г. , <http://www.minfin.bg/>



четание от намаляване на данъчните ставки (или поне не така голямо увеличение) и/или по-високи приходи в публичния сектор.<sup>46</sup>

В България се осъществяват следните законови промени във връзка с финансовата децентрализация.

➤ Идеята за финансовата децентрализация в България е мотивирана от Европейската харта за местно самоуправление<sup>47</sup>, съгласно която принципът на местното самоуправление трябва да бъде признат във вътрешното законодателство. От нея може да се направи изводът, че освен данъците и таксите, които осигуряват финансова независимост на местните власти, могат да бъдат отнесени и привлечените средства. Гъвкавост при управление на общинските бюджети може да се реализира чрез предвидимост на държавната политика в областта на общинските финанси, възможност за въздействие върху методите на акумулиране на общински приходи и осигуряване на маневреност чрез привличането на краткосрочни и дългосрочни ресурси.<sup>48</sup>

➤ През 2007 г. се извършва промяна в Конституцията на Република България. Променят се чл. 141, ал. 3, според която Общинския съвет има правото да определя размера на местните данъци при условия, по ред и в границите, установени със закон. Промяна се осъществява и в чл. 141, ал. 4. Съгласно нея, Общинският съвет определя размера на местните такси по ред, установен със закон.<sup>49</sup> С тази промяна на общините се предоставя правото да определят ставките по местните данъци, така се увеличава и тяхната отговорност пред гражданите, които са ги избрали, и се стимулира по-активното им участие в процеса на вземане на решения на местно ниво. Наред с това местните власти могат да влияят и върху вида и размера на местните такси, както и да разчитат на приходите от управление на местната собственост.

През различните етапи от реализирането на концепцията възникват следните проблеми<sup>50</sup>:

- Възможно е не всички общини да имат достатъчни административни или технико-експертни възможности да поемат новите приходни и разходни отговорности, които ще дойдат с децентрализацията. Наличието на общински управи със съществено

<sup>46</sup> <http://www.self.government.bg/>

<sup>47</sup> Европейска харта за местно самоуправление, приета в Страсбург на 15.10.1985 г.

<sup>48</sup> Цонкова, В. Дълг на общините в България – анализ на състоянието и насоки за управлението, 2014 г.

<sup>49</sup> Конституция на Република България

<sup>50</sup> <http://www.mrrb.government.bg/>

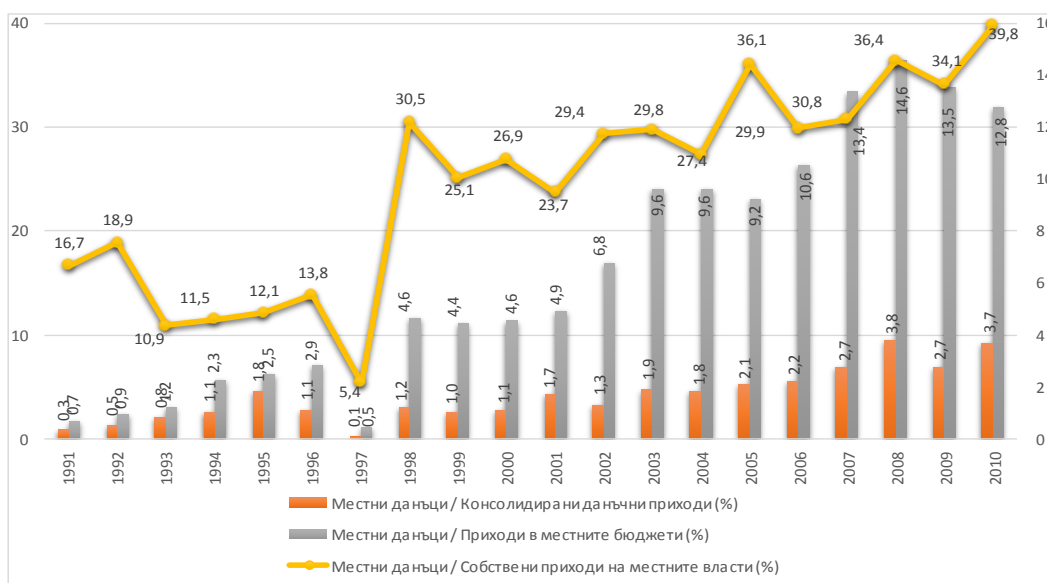


различни административни, експертни или финансови възможности може да бъде и дългосрочен проблем;

- Въпреки положителните намерения в законодателството за 2003 г. е включена сравнително малка част от необходимите мерки за задълбочаване на фискалната децентрализация. Като цяло местните органи на властта си остават силно зависими от трансферите от републиканския бюджет;
- Допълнителен проблем е наличието на значителни заварени задължения на общините, които надхвърлят 100 млн. лева. Тези задължения са натрупани в резултат на фискалната политика през последните години и представляват пречка пред финансовата самостоятелност на общините;
- Децентрализацията би намалила както контрола и финансирането от страна на правителството на общите публични разходи (включително и капиталови), така и регламентирането на общинските дейности на централно ниво;
- В определени случаи обществото може да не спечели от финансовата децентрализация, защото разходите за изграждането и поддържането на финансово децентрализиран апарат на публично управление могат да се окажат неоправдани;
- Причини от финансов характер, които намаляват ползите от децентрализацията, са липсата на достатъчно подходящи местни данъци, чрез които да се попълват местните бюджети, както и обстоятелството, че са малко публичните услуги, които са изцяло публични.<sup>7</sup>

Въз основа на данни за изпълнението на консолидираната фискална програма, на Фигура 1 е представена динамиката на показатели за относителния дял на постъпленията от местни данъци за периода 1991 – 2010 г.





Фиг. № 1. Роля на местните данъци в България (1991 г. – 2010 г.)

Източник: Министерство на финансите

За периода 1991 – 2010 г. е характерно повишаване на консолидираните данъчни приходи с 3,4%. Нарастване се наблюдава и при приходите в местите бюджети. През 1997 г. се осъществява значителен спад, но следващите години се характеризират отново с растеж. За дадения период темпът на растеж на приходите в местните бюджети е 12,5%. Неравномерно нарастване се наблюдава и при собствените приходи от местните власти. Темпът на растеж към 2010 г. е 22,1%. През периода 1991 – 2010 г. значително се увеличават местните приходи в общините.

- Необходимостта от поддържане на консервативен държавен бюджет в България обаче налага фискалната децентрализация да се осъществява в определени граници. Пренасочването на ресурси от републиканския бюджет към общините под формата на допълнително преотстъпени данъци в краткосрочен план би могло да доведе до нестабилност на републиканския бюджет, а оттам и до обща макроикономическа дестабилизация;

- Укрепването на макроикономическата стабилност чрез подобрения в преразпределителните бюджетни процеси е основен принцип при търсенето на устойчивост и справедливост в бюджетната система. Всичко това налага да се върви към опростяване на структурата на взаимоотношенията между централната и местната власт с оглед яс-



но идентифициране на факторите, водещи до възникване на финансови разиви. Поради размера си те застрашават не само общинската, но и общата финансова стабилност.<sup>51</sup>

Въз основа на анализа на нормативната рамка и данните от консолидираната фискална програма, могат да се направят следните изводи:

- Равнището на фискална децентрализация в страната е много ниско – финансирането на общините продължава да се извършва по преимуществено централизиран модел;
- Сред представителите на местната власт съществува усещането, че процесът на фискална децентрализация се "диктува" от по-високо ниво и върви "отгоре-надолу" вместо "отдолу-нагоре";
- Липсата на достатъчно информация за предстоящи промени в нормативната база и несигурността по отношение на финансирането и управлението на разходите са сериозни пречки за реална оценка на ресурсната осигуреност на общината, бъдещи приходи, участия в проекти и собствени инвестиции, които да гарантират обезпечаването на вменените отговорности;
- Най-доходоносните данъци /върху потреблението и доходите/ са изцяло от компетенциите на държавната власт;
- Разходите за предоставяните общински услуги не се покриват с приходите от такси.

Предизвикателства пред финансовата децентрализация днес:

- Преразпределителните възможности на публичните бюджети продължава да са силно дебалансираны в посока на централната власт;
- Голямото изоставане на системата от местни данъци в България на последно място в Европейския съюз по относителен дял на общинските данъчни приходи от всички данъчни приходи в страната;
- Налице е прогресивно увеличаващ се дисбаланс между законово възложените отговорности на общините за предоставяне на общински услуги и финансовите ресурси за тяхното осъществяване;
- Назряла е необходимостта от качествено нов закон, който да създаде условия за разнообразна по обхват и стабилна устойчива собствена приходна база на общините, в тясна връзка с техните правомощия.<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Инициатива за местно самоуправление „ Фискална децентрализация и общински финанси и финансови взаимоотношения между различните нива на управление“



България се нуждае от децентрализацията, но ефективността на управлението зависи значително както от усилване на капацитета на администрациите на общините, така и от преразпределяне на функциите и компетенциите между нивата на управление. Финансовата децентрализация на местните власти е постоянна тема в общия процес на децентрализация на местното самоуправление. Българското законодателство по този въпрос е в синхрон с европейските тенденции. Доколкото има дисхармония, тя е преди всичко резултат на управленската практика и на несъвършенствата на законодателната дейност по местното самоуправление.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Цонкова, В. Дълг на общините в България – анализ на състоянието и насоки за управлението, 2014 г.
- [2] Цонкова, В., В. Цаневска, Финанси. Основи на публичните финанси, Астарта, Пловдив, 2015
- [3] Местно самоуправление, Проект „Активни и стабилни структури на гражданското общество за по-ефективна и прозрачна администрация“
- [4] Актуализирана стратегия за децентрализация 2006-2015 г., <http://www.minfin.bg/>
- [5] <http://www.self.government.bg/>
- [6] Европейска харта за местно самоуправление, приета в Страсбург на 15.10.1985 г.
- [7] Конституция на Република България
- [8] <http://www.mrrb.government.bg/>
- [9] Инициатива за местно самоуправление „Фискална децентрализация и общински финанси и финансови взаимоотношения между различните нива на управление“
- [10] Фискалната децентрализация в България – състояние и препоръки за по-нататъшно развитие на процеса, Обобщаващ доклад на Центъра за икономическо развитие – 2005г.  
[http://ced.bg/index.php?Ced\\_Session=2f4233132d50c7a2029658972a0c5044](http://ced.bg/index.php?Ced_Session=2f4233132d50c7a2029658972a0c5044)



---

<sup>52</sup> Фискалната децентрализация в България – състояние и препоръки за по-нататъшно развитие на процеса, Обобщаващ доклад на Центъра за икономическо развитие – 2005г.  
[http://ced.bg/index.php?Ced\\_Session=2f4233132d50c7a2029658972a0c5044](http://ced.bg/index.php?Ced_Session=2f4233132d50c7a2029658972a0c5044)



## ПОЛОЖИТЕЛНИ И ОТРИЦАТЕЛНИ АСПЕКТИ НА ИНОВАЦИОННАТА ПОЛИТИКА В БАНКОВИЯ СЕКТОР

### BENEFITS AND DRAWBACKS OF THE INNOVATION POLICY IN THE BANKING SECTOR

Пламена Турсунска и Иваничка Димитрова  
Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“  
e-mail: ptursunska@abv.bg, dimitrova.ivanichka@gmail.com

#### Abstract

*In the past years a tendency of increased innovation policy is observed, which is both welcomed by some and by others, unconvinced by its safety or usefulness. The technological revolution has changed the work environment of banking institutions and also impacts on the human factor, engaged in them. These and other aspects will be the object of the following work, showing their benefits and drawbacks.*

**Keywords:** banking sector/area, innovations, alternative channels, digitization, human resources/factor

*Иновациите са неизчерпаем източник  
на икономическо развитие.*

*Ли Къцян*

#### ВЪВЕДЕНИЕ

В последните десетилетия като резултат от разгръщането на научно-техническата революция, технологиите заеха съществено място в ежедневието на съвременния човек. Технологичният бум от началото на ХХІ в. е непосредствено свързан и е резултат от иновациите и иновационната политика във всяка една сфера от съзнателната човешка дейност. За разлика от по-развитите страни в България от съвсем скоро започна да се наблюдава по-засилена иновационна дейност, каквато се открива и в банковата сфера.

Иновационната дейност на търговските банки намира конкретно проявление в дигитализацията на банковите продукти и услуги. Според изпълнителния директор на „УниКредит Булбанк“ АД Левон Хампарцумян: „Технологиите, които ще променят начина, по който банкираме, вече съществуват“. Ако днес имаме възможност да избираме кой от алтернативните канали да използваме, за да извършим дадена операция, то това преди не е било възможно, тъй като банките са предоставяли услуги единствено и само в своите филиали.



В резултат на иновационните политики банковите институции повишават своята конкурентоспособност и се адаптират към все по-нарастващите и разнообразни изисквания и нужди на своите клиенти. Наред с тези и други положителни аспекти, иновациите, обаче отнасят и някои негативи, които също ще бъдат обект на разглеждане.

## ОСНОВНИ ТЕОРЕТИЧНИ ПОСТАНОВКИ

В настоящата част ще бъдат разгледани някои от понятията, които са използвани в разработката.

В речника „Научно-технически прогрес“ думата „**иновация**“ (нововъдение) означава резултатът от творческата дейност, насочен към развитие, създаване и разпространение на нови видове изделия, технологии, внедряване на нови организационни форми. Според Л. Асланова разликата между креативната идея и въведеното в употреба решение е именно действието. Иновацията е процес на прилагане на конкретно ново знание в употреба, а в най-добрия случай, употребата ще носи печалба. т.е., иновацията е икономически феномен.

„**Иновационната политика**“ включва комбинирани действия, предприемани от организациите, които влияят върху иновационните процеси. Стопанските единици, и в частност търговските банки, прилагат иновационната политика като инструмент, с който да въздействат върху иновационните процеси.

„**Алтернативните канали**“ или т. нар. „директни канали за дистрибуция“ обхващат всички предоставяни, от банките, варианти, чрез които клиентите могат да ползват предлаганите от тях услуги, без да се налага да посещават съответния филиал. Такива са: банкиране през уеб сайт, мобилно банкиране, банкомати, кол център и др.

Последното понятие, което ще бъде срещнато е „**дигитализацията**“, като тя ще бъде очертана от гледна точка на представители от бизнес сектора. Ласло Пап, партньор и управляващ директор на компанията i-Tango Ltd., която представлява Gartner в България и Унгария, казва, че: „Дигитализацията всъщност не е нова ера в развитието на информационните технологии, а нова ера в бизнеса, която се извършва от ИТ. Независимо дали искате или не, вие сте лидерите. Независимо дали искате или не, вие участвате в тази промяна“. Кирил Кирилов, СЮ и вицепрезидент Алианс България Холдинг, дава една по-абстрактна представа за понятието: „Дигитализацията е като морска вълна. Ако сте сърфист и не яхнете вълната, ще останете сам в морето. Но ако решите да използвате вълната, се изправяте пред предизвикателството да решите колко трябва да инвестирате в цифровата трансформация на бизнеса“. Според Деница Илчева, главен



експерт в управление "Развитие и внедряване на ИТ системи" на Банка ДСК: "Дигиталната трансформация на банката не е свързана, например, само с някакъв интерфейс или с някаква програма, или някакъв интересен дигитален продукт, който се предлага на клиентите. Всъщност става дума за това как банката функционира и по какъв начин предлага своите продукти и услуги". Въз основа на цитираните схващания ние извеждаме следната дефиниция – дигитализацията в бизнеса е процес на внедряване на иновации от различен характер по отношение на предлаганите продукти и услуги.

### **ТЕНДЕНЦИИ ПРИ БАНКОВИТЕ ИНОВАЦИИ**

Иновациите в банковия сектор се изразяват най-вече в „изнасянето“ на клиента от класическия филиал, т.е. използването на всички възможни алтернативни канали за банкиране. „Принципите на банкирането не се променят, но клиентът вече е променен. Той е информиран, мобилен, онлайн, адаптиран към новите технологии, иска да прави всичко бързо и лесно, в удобно време и място“, според Цветанка Минчева, директор Банкиране на дребно в „УниКредит Булбанк“ АД. Това, разбира се, не означава, че физическата банка ще бъде затворена и ще отстъпи мястото си на дигиталната такава. Тяхното функциониране ще бъде паралелно, т.е. ще има процес на заместване на едни услуги с други и на създаване на нови услуги и възможности. Това вече се прилага, като например ние може да кандидатстваме и да бъдем одобрени за кредит посредством онлайн банкиране, но въпреки това е необходимо да посетим най-близкия филиал, за да бъде оформен нашият договор.

Ето защо в този раздел ще бъдат изложени най-често използваните иновации и тези, които се очаква да бъдат въведени в приложение, като, разбира се, ще се спрем и на техните положителни и отрицателни страни.

#### Банкомати и други устройства

АТМ устройствата безспорно са най-разпознаваемият, разпространеният и използваният алтернативен канал от потребителя на банкови услуги. В стремежа да бъдат по-конкурентоспособни банките започнаха да предлагат по-разнообразен набор от услуги, които да могат да бъдат извършвани на машини от различен вид: внасяне на банкноти, теглене на еурови банкноти, извършване на преводи и др. Те не само се срещат в класическите филиали, но могат да бъдат открити и в т.нар. „бързи банки“, които са филиали от нов тип, в които няма служители, а клиентите се самообслужват посредством машини.



Положителни аспекти	Отрицателни аспекти
Лесно разпознаваеми от клиента	Намалява се броят на човешките ресурси
Сравнително ниско ниво на сложност за клиента	Неудобства, породени от технически проблеми и неизправност на машините
Позициониране на много повече места спрямо локациите и броя на филиалите, 24/7	Възможни са кражби на средства от сметка
Използването на услугата е по-евтино за клиента от една страна и за банката от друга	Невъзможност за избор на купюри
Служителят има повече време и е фокусиран върху нерутинните операции и има възможност да прояви творчески подход към клиента и цялостната работа в банката	

### Мобилни приложения и уеб банкиране

Мобилните приложения, които предоставят търговските банки в България дават възможност на техните индивидуални и корпоративни клиенти да извършват преводи и разплащания, да проследяват текущия баланс и движенията по сметките си, да получат информация за местоположението на филиалите, за банковите продукти и др.

Уеб банкирането е един от най-използваните канали след банкоматите. За разлика от мобилните приложения, уеб сайтът предлага по-широка гама от продукти и услуги, в т.ч.: извличения по сметка, принтиране на платежни документи, заявка за касово теглене, разкриване на сметка (депозитни, спестовни, разплащателни и др.), подаване на искане за издаване на карта (дебитна и/или кредитна) и искане за кредит (потребителски, овърдрафт и др.), консултации по интернет и др. (в тази категория са включени и изброените по-горе във връзка с мобилното банкиране).

Зловредни програми, използвани за кражба на пари



Положителни аспекти	Отрицателни аспекти
Спестяват време за клиента и за служителите	Намалява се броят на човешките ресурси
Достъпни са от всяко едно местонахождение	Неудобства, породени от технически проблеми
Възможност за самостоятелна преценка и избор на най-подходящ продукт	Възможно е системата да бъде хакната (вж. фиг.)
На разположение са 24/7	На този етап не е възможно извършването на всички възможни банкови операции
Използването на услугата е по-евтино за клиента от една страна и за банката от друга	Услугата не се предпочита от по-възрастните клиенти

## **ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА НА ОЧАКВАНИТЕ БАНКОВИ ИНОВАЦИИ**

### Банкиране в игрови формат



В последните няколко години моделът на игровизация (gamification) се превърна в една от водещите маркетинг тематики в цял свят. Това вече се среща и в банковата сфера по примера на испанската CaixaBank и турската Akkbank. Те предлагат на своите клиенти бърз и модерен начин на банкиране под формата на игра. Така например играчът е взел решение за покупка на автомобил, за който има нужда от потребителски кредит. Той изтегля кредита чрез игровата платформа, но целият процес е реален, т.е. накрая клиентът действително получава кредит. Този метод на банкиране предоставя възможност за по-голяма интерактивност от страна на потребителя, който развива себе си като герой в играта, образува се в света на банковите услуги и повишава своите игрово ниво.

Положителни аспекти	Отрицателни аспекти
Има образователна функция	Намалява се броят на човешките ресурси
Банкирането е интерактивно, което го прави лесно и забавно	Неудобства, породени от технически проблеми
Възможност за самостоятелна преценка и избор на най-подходящ продукт	Услугата не се предпочита от по-възрастните клиенти
На разположение са 24/7	Риск от неразбиране от страна на клиента

#### Платформа “Buddybank”

Целта на тази иновация е да улесни клиента при ежедневното планиране и организиране на своите финансови решения, откъдето идва и добре подбраното име на платформата, тъй като „buddy” от английски език означава близък приятел, който е винаги до теб при нужда, готов да помогне или да даде добър съвет. Чрез иновативната технология buddybank ще разпознава клиентите си за секунди без досадно кликане по бутони или отговаряне на многобройни въпроси. Buddybank услугата може да осъществява дейности като например: резервация в ресторанти, поръчка на такси или планиране на пътуване. Ако един клиент например планира да тича на маратона в Ню Йорк, той или тя могат да се концентрират върху физическата си подготовка и да оставят buddybank да се погрижи за ежемесечното спестяване на малка сума от заплата с цел събиране на нужните средства, след което Buddybank може да планира самото пътуване.

Положителни аспекти	Отрицателни аспекти
Спестяват време за клиента и за служителите	Намалява се броят на човешките ресурси
Достъпни са от всяко едно местонахождение, 24/7	Неудобства, породени от технически проблеми
Анализира клиента и ефективно задоволява неговите нужди	Услугата не се предпочита от по-възрастните клиенти
Улеснява клиента	-



### Банкиране с „побутване“

Приложението банкиране с леко „побутване“ („nudge banking“) е една от най-скоро появилите се иновации в банковата сфера, тъй като приложението се тества пилотно от януари тази година във Великобритания чрез приложението Nudge на британската финансова институция HSBC. Този вид банкиране функционира чрез съобщения, изразяващи добронамерени съвети, които клиентите получават на телефона си, като например да бъдат известени в кой ден от седмицата харчат най-много за покупки или информация какви суми харчат и спестяват хората на тяхната възраст с подобно доходи. Благодарение на този вид съветване клиентът може да се преориентира в своите навици за харчене и спестяване. Банкирането с побутване се базира на теорията за побутването ("nudge theory") от поведенческите науки, която е разработка на професора по икономика и поведенчески науки от Чикагския университет Ричард Талер и професора по право в Харвард Кас Сънстайн.

Положителни аспекти	Отрицателни аспекти
Спестяват време за клиента и за служителите	Намалява се броят на човешките ресурси
Достъпни са от всяко едно местонахождение	Неудобства, породени от технически проблеми
Възможност за самостоятелна преценка и избор на най-подходящ продукт	Може да бъде възприето като досадно за част от клиентите
Насърчаване на ползотворно поведение	-

### Уеб платформи и мрежи за връзка между клиентите на дадена банка

Друга разпространена иновация в банкирането и по-конкретно в някои американски банки са уеб платформите, предлагани на техните корпоративни клиенти. Идеята на тази услуга се съдържа в това, че клиентите се свързват непосредствено по между си по подобие на социалните мрежи, осъществявайки връзка те могат да извършват сделки по покупко-продажба според предмета им дейност. Но поради това, че достъпът до тези мрежи е ограничен само за потребителите в тях, не бихме могли да опишем подробно какво още предлага тази услуга.

Положителни аспекти	Отрицателни аспекти
Банката играе посредническа роля и допринася за развитието на бизнеса на своите клиенти	Намалява се броят на човешките ресурси
Икономически и социални ползи за клиента	Неудобства, породени от технически проблеми
На разположение са 24/7	-

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Добре известно е, че всяка една промяна и нововъведение води след себе си както ползи, така и недостатъци. Обобщавайки разгледаните иновации в банковия сектор



сред предимствата се открояват: достъпност, на разположение 24/7, отговор на нарастващите нужди на модерния клиент, новите услуги осигуряват по-евтино банкиране. Разбира се, това е за сметка на някои отрицателни последици, като най-важната от тях е, че се намалява броят на човешките ресурси, причинено от дигитализирането в банковата сфера. Да, еволюцията във всички сфери днес предполага развитие в технологиите, но това не трябва да измества човешкия фактор. Сред другите негативи, които не са с по-малка степен на важност, са: банката е изложена на по-голям риск за своята сигурност, риск от технически проблеми с приложенията и от опасността възрастните клиенти да не възприемат новите модели на банкиране.

Излизайки от рамките на банковия сектор, иновациите „крият“ огромен и все още неизползван в своя максимум потенциал за българската икономика. Въз основа на изложените тенденции, откриваме, че зад иновационната политика се спотайват и някои предизвикателства, на които бизнес сектора следва да обърне внимание и да се стреми да им противодейства, за да получи възможно повече ползи и ефективен лост за повишаване на своята конкурентоспособност.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Фатхудинов, Р., "Иновационный менеджмент", изд. Питер, 2011
- [2] Асланова, Л., Какво е иновация?, 2014 - <http://innovationstarterbox.bg/blog/kakvo-e-inovacia/>
- [3] Borrás, S., Edquist, Ch., „The Choice of Innovation Policy Instruments“, Centre for Innovation, Research and Competence in the Learning Economy (CIRCLE) Lund University, Lund, Sweden, 2013
- [4] „ПроКредит банк със зони 24/7 във всеки офис“, в. Труд, 4.11.2015 г., стр. 17
- [5] „Цифровата трансформация – нова ера в бизнеса“, 2015 - [http://cio.bg/7637\\_cifrovata\\_transformaciya\\_nova\\_era\\_v\\_biznesa](http://cio.bg/7637_cifrovata_transformaciya_nova_era_v_biznesa)
- [6] Кръстева, Н., „Дигиталната трансформация – тенденции, предизвикателства, реализация“, 2015 - [http://cio.bg/7047\\_digitalnata\\_transformaciya\\_tendencii\\_predizvikelstva\\_realizaciya](http://cio.bg/7047_digitalnata_transformaciya_tendencii_predizvikelstva_realizaciya)
- [7] Корпоративен блог на УниКредит Булбанк - <http://www.unicreditbulbank.bg/Blog/index.htm>





## ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ В СЕВЕРОИЗТОЧНА БЪЛГАРИЯ

### TOURISM RESOURCES IN NORTHEASTERN BULGARIA

**Светлана Страхилова**  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
e-mail: [svetlana094@abv.bg](mailto:svetlana094@abv.bg)

#### Abstract

*Northeastern Bulgaria has a variety of natural and cultural resources. Four of them are listed in the UNESCO World Heritage List. Silver Lake is a natural tourist resources. Cultural resources are the Madara Horseman, Ivanovkite Sport Club churches and Sveshtari tomb.*

**Keywords:** tourism resources, UNESCO, Silistra, Rouse, Shumen, Razgrad, Dobrich.

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът е един от развиващите се отрасли на българската икономика. България по цялата си територия притежава разнообразие от туристически ресурси. Те са фундамент за развитие на туристическа дейност. Тяхното състояние е един от факторите за развитие на туризма и респективно икономиката на България. Североизточна България е наситена с разнообразие от антропогенни и природни туристически ресурси, които я превръщат в атрактивна дестинация за развитието на туристическа дейност и проучване. Последните са признати като част от световното културно и природно наследство. Антропогенните туристически ресурси в Североизточна България притежават голяма историческа значимост, която им придава значима привлекателност. Последната спомога за развитието на туристическата дейност, но сама по себе си не е единствен фактор за развитието на туризма в Североизточна България. Предопределящи спецификата на туристическото развитие е връзката между културния туризъм, регионалното развитие и историята. Нужни са още ефективни и подходящи инфраструктура, рекламна дейност, качествено обслужване и др.

#### ИЗЛОЖЕНИЕ

На хълма близо до град Силистра в периода 1841-1853 г. била построена крепостта „Меджиди Табия“. Тя представлявала първата крепост, от времето на Възраждането, в района на Силистра. През 1847 г. била посетена от султан Абдул Меджид, който бил заинтересуван от крепостта и по този повод последната била кръстена на него [2].

**Биосферният резерват край с. Сребърна** е разположен на 2 км южно от река Дунав и на 16 км западно от Силистра, на площ от 600 ха. Обхваща езерото



Сребърна и териториите край него. Локализиран е на **пътя на прелетните птици от Европа към Африка – Via Pontica**. Тук се съхраняват **разнообразни видове птици**.

През 1942 г. езерото е обявено за развъдник на водоплаващи птици, а през 1948 г. е получило статут на птичи резерват. Едни от най-интересните видове, които обитават езерото, са кърдоглавият **пеликан (Pelecanus crispus)**, малка белочела гъска (**Anser erythropus**), **патици (Anatidae)**, **мустакат синигер (Panurus biarmicus)**, **голяма бяла чапла (Ardea alba)**, **ням лебед (Cygnus olor)**, **малък корморан (Phalacrocorax pygmaeus)** и други.

Заради редките и изчезващи видове птици през 1983 г. езеро **Сребърна е включено в списъка на обектите от световното природно и културно наследство на ЮНЕСКО**. Целта е да се запази уникалното биологично разнообразие, с което езерото е известно сред българската и европейска научна общност още от началото на ХХ век. През 1965 г. **резерватът е включен в списъка с най-значими влажни зони в Европа**, през 1975 г., е обявен за **влажна зона по Рамсарската конвенция**, която е международно споразумение, засягащо опазването на биоразнообразието. Освен това резерватът „Сребърна” е **включен и в световната мрежа на биосферните резервати по програмата „Човекът и биосферата”** на ЮНЕСКО, в списъка на орнитологично важните места в Европа. Към резервата „Сребърна” има изграден природонаучен музей, в който могат да се видят препарирани обитатели на резервата. Друга атракция представлява възможността туристите да **наблюдават птиците посредством видеокамера**, поставена в езерото. Около резервата е направена и екопътека, където посетителите могат да се насладят на приятната гледка от специално построените наблюдателни площадки. Езерото Сребърна е включено в списъка на **Стоте национални туристически обекта** на Българския туристически съюз.

Сребърна е вписан в регистъра на защитените територии с Постановление на Министерския съвет No.11931 от 20.09.1948 г.

В момента природонаучният музей при биосферен резерват „Сребърна” е в ремонт и не приема посетители[4].

Защитена местност „Калимок-Бръшлен” е създадена с цел опазване на значими територии по поречието на Дунав и крайречни заливни гори, а също и влажните зони, образувани от бившите блата Калимок и Бръшлен. Местността е от важно значение за размножаването на редица застрашени видове риби. Голямото разнообразие на местообитанията обуславя високата степен на биоразнообразието в района [5].



През периода на Българското възраждане Русе играе важна роля в икономическото и културното развитие на страната. Дейността и съдбата на Баба Тонка Обретенова и нейното бунтовно семейство са неразривна част от революционните борби на русенци и българския народ. Къщата-музей „Баба Тонка” е открита 1958 г. В експозицията освен революционната дейност на националната героиня и нейното семейство е отразен и целият възрожденски процес в Русе и Русенския край през XVIII-XIX век.

Описанията на снимките запознават посетителите със стария Русчук, с неговото икономическо, военно и културно развитие за периода между XVIII и 70-те години на XIX век. Русе от това време тясно вързан с опитите на турското правителство за реформи и през 1864 г. става център на Дунавския виалет, в полите на който влизат Северна България, Добруджа, а на запад – София и Ниш (Дерменджиева, 2013).

Град Русе заема първостепенно място в упоритата борба на българския народ за освобождение от османско владичество и извоюване на национална независимост. Началото на революционното движение е свързано с името на Г.С.Раковски. Постепенно Русе израства като революционен център с национално значение, важно звено между Българския революционен централен комитет и революционните комитети във вътрешността на страната. Създаденият през 1871 г. в къщата на баба Тонка русенски революционен комитет два пъти е определян за централен комитет – през 1874 и 1876 г., когато единствен в страната след кървавото потушаване на Априлското въстание възстановява своята дейност и започва отново да функционира. В Русе са живели, работили, загина и прекарвали последните дни от живота много видни български революционери.

В тяхна памет и в израз на признателност българският народ към подвига им в Русе е издигнат величествен паметник – Пантеон на възрожденците. Последният е построен и открит през 1978 г. в чест на 100-годишнината от Освобождението на България. В Пантеона са съхранени останките на 453 борци за национално освобождение, животът и делото на които са свързани непосредствено с Русе. Тридесет от тях са национални герои и костите им са положени в отделни гробове, покрити с мраморни плочи – Любен Каравелов, Захари Стоянов, Ангел Кънчев, Тома Кърджиев, Олимпи Панов, Баба Тонка Обретенова и нейното семейство и др.



Общата костница на членовете на Русенския революционен комитет, участниците в четите на Стефан Караджа, Филип Тотю и Панайот Хитов, участници в Априлското въстание, културно-просветни дейци, доброволци в Руско-турската война от 1877-1878 г., е под дърворезбен фриз от махагоново дърво [1].

**Природен парк "Русенски Лом"** се намира на около 20 км южно от град Русе между селата Божичен, Красен, Щръклево, Нисово, Кошов и Иваново. Резерватът е с площ от 3260 хе, разположени в района Смесите, където реките Бели и Черни Лом се сливат и образуват началото на Русенски Лом. **Русенски Лом** е обявена за защитена територия през 1970 г. и е един от десетте Национални природни паркове в България. В парка има много интересни и ценни обекти, като красивите крайречни тераси, меандри, високи скали, области с разнообразни флора и фауна (някои от които са включени в българската Червена книга), пещери, скални образувания, исторически паметници с национално и международно значение и др. В региона са разположени културно-историческия комплекс "Крепост Червен" и Ивановските скални църкви и манастир [6].

**Скалният манастир „Св. Архангел Михаил“** се намира на 22 км от град Русе, в близост до село Иваново, в границите на Природен парк „Русенски Лом“. До комплекса води асфалтов път с указателни табели, а в подножието на скалите има паркинг за автомобили. Система от стъпала в скалите дава достъп на посетителите до различните църкви и параклиси в района.

**Манастирът е основан през 20-те години на XIII в. от монах Йоаким**, който по-късно става български патриарх. Българските царе **Йоан Асен II** (1218-1241), **Йоан Александър** (1331-1371) и други представители на царския двор са били сред дарителите на манастира, а до наши дни са запазени и техни ктиторски портрети.

**Стенописите в църквата „Св. Богородица“ са световноизвестни**. Те са сред най-представителните образци на Палеологовото изкуство на Балканите. Изключителните им художествени качества са причината за включването им от **ЮНЕСКО** в списъка на световното културно наследство.

През 1978 г. е обявен за **Национален археологически резерват**. Днес манастирът „Св. Архангел Михаил“ не е действащ. От 1 декември до 31 март туристическият ресурс е затворен за посещение и отваря само по предварителна заявка [7].

Шумен е ситуиран в подножието на Шуменското плато. През вековете градът е бил люлка на духовна и материална култура – тракийска, римска, византийска и българска. В близост го града са първите две столици на България – Плиска и Преслав и



култовия център Мадара. По време на Второто българско царство Шумен се превърнал в търговски и занаятчийски център. В Регионалният исторически музей на града са запазени повече от 150 000 експоната в 8 зали. Туристически ресурси представляват къщите-музеи на „Добри Войников”, „Панайот Волон”, „Лайош Кашут”, музейният комплекс „Панчо Владигеров”, фонтанът Куршум (1744), Часовниковата кула (1740), Покритият пазар, построен за нуждите на дубровнишки търговци през XVI век и други. Паметникът „Създатели на българската държава” туристически ресурс с национално значение, построен, на 28.11.1981 г., в чест на 1300 години от основаването на България. Джамията „Шериф Халил Паша”, известна още като Томбул джамия, е най-голямата в България и втора на Балканите. Строежът започнал 1740 и завършил 1744 г. Минарето ѝ е високо 40 м. В близост до Шумен се намират Националните историко-археологически резервати Плиска и Велики Преслав. На юг от град Велики Преслав се намират природните резервати „Патлейна” – с единственото находище в България на див рожков, и „Дервиша” – с единственото находище на конски кестен в България [1].

**Националният историко-археологически резерват „Мадара”** се намира на 17 км североизточно от град Шумен, на 2 км от с. Мадара и на 75 км от град Варна. Природните условия са привлекли население още в дълбока древност. През вековете тук се създавали **пещерни светилища, дворци и имения, крепости, храмове, отшелнически килии и манастирски комплекси, места за уединение и за общи празници.** За това свидетелстват намерените следи от материалната и духовна култура на много етнически общности – **първобитни хора, траки, римляни, византийци, славяни, българи, турци** и др. Днес тук могат да се видят десетки паметници и старини от всички епохи.

Античният период на Мадара е **белязан със силноримско присъствие.** Най-забележителният архитектурен паметник е **Римската вила (Вила рустика).** През **късната античност** (около IV в.) на Мадарското плато възниква **крепост,** която е функционирала до нашествието на османските турци през XIV в. Мадара е активно обитавана и през годините на **Средновековието** - тя е средище на важни исторически събития, свързани с основаването на Българската държава (VII в.) и близостта ѝ до **първите столици Плиска и Преслав.**



Най-значимият паметник в резервата „Мадара” е **скалният релеф, известен като Мадарския конник**. Изваян върху величествената скала на 23 м височина, той е образец на ранносредновековното българско изкуство. Релефът изобразява конник в естествен ръст с копие в ръка. В краката на коня се вижда повален лъв, а зад ездача е изобразено ловното му куче. Според една легенда латински цар ловувал на платото, но паднал от скалите и загинал. Неговите близки го увековечили, като поръчали на майстор да изсече образа му на скалата. Научни хипотези свързват изображението с **хан Крум** (управлявал 803 г. – 814 г.), **Тервел** (управлявал 701 – 718 г.), **Аспарух** (681 – 701 г.) и дори **бог Тангра** (върховно божество на прабългарите).

Скалният релеф е единствен по рода си в Европа. През 1979 г. е включен в списъка на **ЮНЕСКО** като паметник със световно значение, а през 2008 г. е обявен за **Глобален символ на България**.

„Мадара” е обявен за **Национален резерват** с постановление №161 от 5.08.1958 г. В момента обектът се стопанисва от Регионален исторически музей в град Шумен. В резерват „Мадара” функционира археологически музей, който представя историята на селището през всички епохи на човешкото развитие. Музеят е открит през 1935 г. Експозицията включва над 350 оригинални находки от района на Мадара. Атрактивна екопътека, обозначена с указателни табели, води началото си от самия обект. Този туристически ресурс е достъпен за посещения целогодишно без почивни дни [4].

Интересни туристически ресурси в Разград са Часовниковата кула (от 1762 г.), Девойката фонтан (построен след 1885 г.), джамията „Ибрахим паша”, Руският паметник (един от първите в България), етнографският музей и архитектурният резерват „Абритус”. Последният е на повече от 2000 години и е ситуиран на 1 км от съвременния Разград. Руините на Абритус останали до разцвета на тракийско-романския град, съществувал до края на VI век, когато той бил ограбен, разрушен и опожарен до основи и обезлюден до инвазията на аварски и други племена (Миланов, 1987).

Историко-археологическият резерват „Сборяново” обхваща територия в западната част на Лудогорското плато, по поречието на р. Крапинец, между селата Малък Поровец и Свещари в община Исперих. Той представлява уникален комплекс, състоящ се от селища, светилища и некрополи от дълбока древност. Обявен е за Историко-археологически резерват с решение на Министерския съвет №19 от 8.12.1988 г. Понастоящем в резервата са регистрирани над 140 археологически обекта от различни исторически периоди.



Най-значителното откритие на територията на историко-археологическия резерват „Сборяново” е Свещарската тракийска царска гробница. Тя е намерена през 1982 г. при разкопки на Могила №7 от Източния могилен некропол на Сборяново (Гинина могила). Построена е в първата четвърт на III в. пр. Хр. и представлява уникален паметник на тракийската гробищна архитектура. Има внушителни размери. Дължината ѝ е 7,5 м, ширината при фасадата е 6,5 м, а височината на гробната камера (отвътре) е 4,45 м. Гробницата е изградена от големи варовикови блокове. Състои се от дромос (коридор) и три помещения-камери, като всяка камера е покрита с отделен свод.

Със забележителната си архитектура и художествена си украса Свещарската гробница е в списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО от 1985 г. От 1 декември до средата на март този антропогенен туристически ресурс не приема туристи [4].

Град Варна се намира в Североизточна България, на брега на Черно море. Варна е третият по големина град в България и най-големият по Българското Черноморие с население около 330 000 души. Заради историята и икономическото и културното му значение често го наричат „Морската столица на България”.

Градът е основан през VI в. пр. н.е. с името Одесос от изселници от малоазийския град Милет. За кратко време той се превръща в полис и едно от най-значимите пристанища и търговски средища на Черно море. В градския Археологически музей впечатлява сбирка включваща и находките от Варненския халколитен некропол – най-старото златно съкровище в света, намирано до днес, датиращо отпреди шест хиляди години.

Експозиция от икони, рисувани в епохата на Възраждането, се пазят в църквата “Св. Атанасий”, построена през XIII век, а в непосредствена близост до нея се намира и една от най-интересните исторически забележителности на града – Римските терми - най-голямата римска баня на Балканския полуостров, с площ от 7000 кв. м. Тя е четвърта по големина в Европа; след термите на Каракала и Диоклетиан в Рим и в Тревира (Трир, Германия). Използвана е до края на III в. Други туристически обекти, заслужаващи внимание, са Планетариумът и Аквариумът. Последният е център за популяризиране на черноморската флора и фауна. Представя първата и единствена морска биологична експозиция в страна-



та. В Делфинариума, разположен в Приморския парк, туристите могат да се насладят на уникално Делфин шоу. Военният музей представя развитието на военния и търговския флот в България от 1878 г. Недалеч от Варна, в к.к. „Св. Константин и Елена” се намира Университетската ботаническа градина – екопарк. Тя е първият екопарк в страната. Екопаркът предлага екзотични срещи с растения от цял свят: морски борове, дърво-лале, двуделен гинко, стеркулия, желязно дърво, хартиено дърво, вечнозелен дъб, мамонтово дърво и много други. В розариума на екопарка се отглеждат повече от 30 вида рози. На около 14 км от Варна се намира Аладжа манастир. Скалният манастир се намира в централната част на Природния парк „Златни пясъци” – защитена територия с редки дървесни видове. Красивата природа наоколо в съчетание с историческите и християнските забележителности го правят прекрасно място за културен, поклоннически и екологичен туризъм. От 2009 г. в Аладжа манастир се реализира уникален аудиовизуален спектакъл „Легенди от Аладжа манастир”, който представлява нова туристическа атракция за гостите на Варна и Черноморието. В непосредствена близост до Варна, в квартал Аспарухово се намира тренировъчно голф игрище, а недалеч от града, до Каварна и Балчик, са разположени още 3 големи и модерни голф игрища. „Побитите камъни” са природен туристически ресурс [8].

В Добрич туристически ресурси са Художествената галерия (построена 30-те години на XX век) – една от най-големите в България, етнографският комплекс „Старият Добрич” и други.

Центърът за защита на природата и животните в Добрич е уникален както за България, така и за Източна Европа. Създаденият по българо-швейцарски проект зоопарк е с обща площ 160 дка, с богата 40-годишна дървесна и храстова растителност, с удобни транспортни и пешеходни връзки. Днес в уникалния център живеят над 100 животни от 30 вида. Това е първата лицензирана зоологическа градина в България. В Центъра за защита на природата и животните функционира Зелено училище.

Градският парк Свети Георги е подходящо място за отдих на жителите и гостите на Добрич.

Дом-паметникът “Йордан Йовков” и къщата-музей “Йордан Йовков” са туристически ресурси с национално значение [9].

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**



В Североизточна България развитието на туристическа дейност е предизвикателство. Чарът на района се изпълва от разнообразните туристически ресурси, „крещящи” за усвояване. Последното ще се постигне чрез устойчиво развитие, като по този начин уникалните, неповторими и за съжаление недостатъчно усвоени ресурси на Североизточна България ще се окажат стимул за икономиката както на самия район, така и на цялата държава. Районът притежава антропогенни и природни туристически ресурси с регионално, национално и световно значение. Бъдещето му е в тяхното усвояване. За развитие на ефективна туристическа дейност е нужно опазването на неповторимите природни и исторически туристически ресурси.

#### ЛИТЕРАТУРА

- (1) **Дерменджиева, С.**, Дерменджиев, А. 100 национални туристически обекта. Световна библиотека – София, 2013.
- (2) **Миланов, З.**, Ив. Кисъв, 100-те национални туристически обекта. Пътеводител, С., 1987.
- (3) **Михалев, Ем.**, Ел. Цанкова, 101 отбивки: Идеи за пътешествия до малко познати места в България, Сиела, 2015.
- (4) <http://bugaratravel.org>
- (5) <http://www.kalimok.org>
- (6) <http://lomea.org>
- (7) <http://.see.bg>
- (8) <http://otbivki.com>
- (9) <http://www.dobrich.bg>





## ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ФИНАНСИРАНЕ И РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

### OPPORTUNITIES FOR FINANCING AND DEVELOPMENT OF THE RURAL TOURISM IN BULGARIA

**Симона Стефанова**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий”

simonaastefanova@abv.bg

#### **Abstract**

*The report examines the development and the current state of rural tourism in Bulgaria as well as the opportunities for its development by EU funding instruments. The aim of the study is to identify rural areas with resources for rural tourism and its positive impact on them and the financing of EU programs in the industry.*

**Keywords:** rural tourism, opportunities, funding

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

В продължение на много години България изгражда и развива предимно морски и планински туризъм. Световните тенденции в туристическата индустрия и на туристическия пазар налагат в страната ни да се търсят алтернативните видове туризъм. Една добра възможност в това отношение е създаване и развитие на селски туризъм у нас. В България нишата на селския туризъм е недостатъчно заета, или почти свободна, а има предпоставки за нейното бъдещо развитие. Социално – политическите промени в страната създават благоприятни възможности за включването на частния сектор в туристическите дейности. В извънградската зона вече съществуват семейни хотели и малки хотел – ресторантски комплекси, които създават свои специфичен имидж и атмосфера.

**Предметът** на настоящото изследване е да се определят финансиращите програми и възможностите за развитие на селския туризъм в България.

**Целта** на работата е да се направи кратка характеристика на състоянието на селския туризъм у нас; Да се посочат предпоставките и възможностите му за развитие ; да се посочат селски региони с ресурс за селски туризъм и позитивното му влияние върху тях и финансиращи програми на Европейския съюз в отрасъла.

**Обект** на изследване на доклада са междурегионалните особености на селския туризъм, като специфичен вид алтернативен туризъм, който се извършва в типична, характерна за съответния регион селска среда, предлага възможността на посетителите да се запознаят с начина на живот на село, селскостопанските дейности, околната среда и



местната традиция при използването на наличните природни и антропогенни туристически ресурси.

Изпълнението на така поставената основна цел може да се постигне посредством решаването на следните изследователски задачи:

1. Да се изяснят основните характеристики и особености в развитието на селския туризъм и техните регионални проекции.
2. Да се изяснят предпоставките свързани с развитието на селския туризъм у нас
3. Да се определят механизмите за финансиране и кандидатстване по Оперативна програма „Развитие на селските райони“ - Програма „**Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности**“
4. Да се разкрият насоките за развитие на туристическия продукт в селските райони

## ИЗЛОЖЕНИЕ

### 1.Особености в развитието на селския туризъм и техните регионални проекции

Селския туризъм като икономически феномен, който се появява през втората половина на 18-ти век в Англия и Европа, и се определя като социално явление за оползотворяване на свободното време. Дотогава селските райони се използват за рекреативни дейности, като- напр. лов, което е било основно привилегия на аристокрацията и другите заможни слоеве на населението. Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ) разглежда селския туризъм като „престой в селска среда, осъществяване на контакт с домакините и достъп до стопанството им.” Според Европейска общност, понастоящем ЕС селският туризъм е комплексна, широкообхватна дейност. Той е много повече от агротуризма, макар че включва в себе си и елементи на селскостопански дейности. В неговият обхват попадат още ваканционни дейности по интереси и екотуризм, пешеходни разходки, катерене и колоездене, приключенски, спортен и здравен туризъм, лов и риболов, образователни пътувания, църковен туризъм и в някои случаи и етнически туризъм. Анализирайки и обобщавайки казаното до тук, селският туризъм може да се дефинира като „туризъм в селски региони, при който се задоволяват интересите на туристите към традиции, бит, култура, селскостопански и др. специфични дейности, както и към природните, исторически и културни дадености на съответния регион.”



**Характеристиките на туристическото преживяване при селския туризъм, които привличат туристите и обясняват защо хората се наслаждават на извънградската среда, са:**

- Отдалеченост и усамотение
- Тишина и спокойствие, отпускаща среда
- Приключение и предизвикателство, възможности за занимания със спорт или хоби
- Грижа за здравето и фитнес, чист въздух
- Интерес към околната среда
- Изследване на селските общности, култура и начин на живот
- Добра възможност да бъдеш с приятелите и семейството
- Промяна на всекидневния градски начин на живот
- Участие в различни селски дейности
- Изучаване на историческата идентичност, интерес към културното наследство

**Цел и елементи на селския туризъм ,въз основа на европейския опит. Целите на селския туризъм могат да се обобщят така:**

- Запазване, защита и повишаване качеството на ресурсната база
- Грижа и активно стимулиране развитието на допълнителни, специфични за областта атракции и инфраструктура, които да се базират на местните дадености, и да се развиват
- Създаване на инфраструктура, което би повлияло благоприятно на икономическия растеж на региона, като не се надвишава допустимото натоварване на природната среда и се оказва положително въздействие върху качеството на живот в съответната област
- Селският туризъм е съобразен с екологичните изисквания и избягва отрицателното въздействие на големите туристически обекти върху околната среда
- Акцентира се не само върху екологичната, но и върху културната устойчивост. Селският туризъм не нарушава културните традиции на общността – домакин
- Селският туризъм е форма, която се основава на природни, социални и обществени стойности, които позволяват на госта и домакиня да споделят опит и положителни преживявания

## **2. Изясняване предпоставките свързани с развитието на селския туризъм у нас**



Развитието на селския туризъм у нас неминуемо се влияе все повече от общоевропейските тенденции в тази насока. По – важните тенденции, които е необходимо да се имат в предвид при настоящето разглеждане на темата селски туризъм в България са :

- Селският туризъм представлява значим сегмент от европейския туризъм.
- Селският туризъм е жизнено важен за икономиката на европейските извънградски райони
- Селският туризъм е все по – търсен. Оценката на Световната туристическа организация потвърждава, че пазарните тенденции са в полза на селския туризъм. Търсенето през последните 15 год. отбелязва ясен ръст
- Селският туризъм е добре организиран в много Европейски страни. За да заздравят обществената си и бизнес позиция, предприемачите в селския туризъм се съюзават
- Селският туризъм е независим. Предприемачите разбират, че те самите са отговорни за определяне на нуждите си и контролиране на необходимите услуги
- Селският туризъм има общи потребности, характерни за всички, които го практикуват

Селският туризъм, като почивка в селска местност, не е само мода, а необходимост, предвид замърсяването на околната среда, динамичния и напрегнат ритъм на живот в градовете, което естествено подтиква хората към търсене на спокойствие и отмора сред чиста природна среда и по-усамотени места. Този туризъм е характерен за високо урбанизираните страни и се развива поради желанието за връщане назад към природата. В много държави той се стимулира на национално равнище и чрез него се търси изход от все по-застрашителната практика на масовия туризъм, който е изцяло икономически ориентиран и в голяма степен пренебрегва екологичните, социални и морални ценности.

Характерна черта на селския туризъм е, че понякога той се допълва и от някои други видове специализиран туризъм, като повече или по – малко разширява туристическия си продукт с техни компоненти, но прекомерното развитие на селския туризъм води и до някои негативни ефекти. Голямото натрупване на туристи води до обезличаване на характерните особености на съответния селски регион. Силно комерсиализиране може да доведе до влошаване на услугите, до уеднаквяването им и намаляване на качеството им.



**Като предпоставките за развитие на селски туризъм у нас могат да се търсят в няколко основни направления:**

1. Пазар – има търсене на тази форма на специализиран туризъм
2. Наличие на ресурс – притежаваме преобладаващата част от елементите на туристическия продукт на селския туризъм, свързани с ресурса – интересни села, самобитна архитектура, бит, фолклор, занаяти, празници и обичаи, пейзаж
3. Традиции и опит – притежаваме добър опит и традиции, но предимно в областта на ваканционните морски и планински туризъм

### **3. Механизмите за финансиране и кандидатстване по Оперативна програма „Развитие на селските райони“ - Програма „Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности“**

Има няколко основни акцента, които оказват сериозно влияние при избора ни да инвестираме в селски туризъм и смело можем да кажем, че те са повече от благоприятни:

- Сериозно финансиране от страна на програмите за безвъзмездно подпомагане;
- Основен приоритет на ЕС в частност **Мярка 311 и 312**
- България, като страна, има огромен потенциал за развитието на този тип туризъм
- Секторът не е развит и позволява на предприемчивите хора да инвестират и спечелят от това
- Селският туризъм получава сериозно финансиране по програма „Развитие на селските райони“ – Мярка 311/312 – Получават се 70% безвъзмездно финансиране, като общата стойност на инвестицията не трябва да надвишава левовата равностойност на 400 000 евро
- Програмата позволява финансиране, както за реконструиране на вече съществуваща къща, която да бъде преобразувана на „Къща за гости“, така и да изградите от „гола“ ливада чисто нова „Къща за гости“
- Програмата допуска разходи от А до Я, а иначе казано от СМР частта (строително-монтажните работи), през пълно обзавеждане, изграждане на басейни, закупуване на моторни превозни средства до озеленяването на дворното пространство.

#### **Какво трябва да знаем при подготовката на проектната документация:**

Целият цикъл при подготовката на един проект за финансиране по Мярка 311/312 може да бъде разделен на три основни етапа:



- Подготовка на задължително прилежащата проектна документация, както и подготовката на самия бизнес план и финансова обосновка
- **Това е старта!** Основните акценти тук са проектирането на самата къща за гости, и разработването на бизнес план. При започване на самото проектиране архитектът трябва да подготви така проекта, че той да бъде съобразен с изискванията на програмата, защото това до голяма степен решава положителната оценка за финансиране на вашия проект . Тук голям принос има добрият консултант – Защо? Фонд земеделие има лимити за СМР на квадратен метър, както и за обзавеждане на стаи. Работата на консултанта е да знае тези лимити, като по този начин архитекта може да заложи максимума на допустимост и така вашият проект няма да има редукция на финансовата помощ и ще може да усвои максимума на допустимата субсидия. ако надвишат тези лимити и се стигне до редуциране на субсидия, проектът Ви може да „падне” на бизнес план, което автоматично води до отхвърлянето му
- Десетдневка  
Друг важен момент е самата финансова обосновка към бизнес плана – Има тънкости, с които трябва да се съобразите при изчисленията  
**Ключов момента за достигане до финала!** Когато проектът Ви пристигне в ЦУ (Централно управление) и бъде разпределен на конкретен експерт той започва да го оценява, възникват определени спорни моменти по самия проект, за които той ще иска допълнително разяснение по определени части на бизнес плана, които не разбира, както и подмяна на определени документи и/или корекции по тях. Когато състави списък с разяснителни въпроси той бива изпратен до вас и Вие имате 10 дена да върнете исканата информация и/или документи на съответния експерт, ако Вие не може да се справите в конкретния срок, проектът Ви ще бъде отхвърлен. Както и ако подадете грешна информация. Ако има определени документи, които изискват повече от десет дена срок за набавяне, има начини да се удължи при определена процедура
- **Разковничето!** След като сте подписали договор с ДФЗ започва реалното изпълнение на дейностите заложили по проекта, както и осигуряване на авансово плащане за неговото започване. Акцентът тук е правилното отчитане на проекта, което означава, че си гарантирате безпроблемното финансиране от страна на програмата. Тук пак има роля консултанта, който да следи и да подготвя корект-



но необходимата документация. – Всяко своеволие и/или грешно подадена информация води до „отрязване“ на конкретния одобрен разход! И той си остава за ваша сметка. Имайте предвид, че може да подменят вече одобрени под изпълнители за СМР частта, както и за другите заложиени дейности, но за да стане това си има определени правила, с които трябва да се съобразите, и така да бъдат подготвени съответните обосновки, че те да докажат истинността на наложените промени

**Програмата „Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности“ се финансира по следния принцип (75% субсидия и 25% самоучастие):**

Предварително допустимите разходи, които Ви се възстановяват, са само за услуги т.е. разходи за проектиране на сградата, консултантски и др. услуги. Като тези разходи са до 12% от стойността на субсидията. Тях трябва да са осигурени предварително. През целия процес до построяването на сградата имате право на четири плащания: авансово, две междинни и окончателно (преди окончателното плащане Вие трябва да построите сградата). След одобряването на проекта и подписване на договор с Държавен фонд земеделие, може да заявите авансово плащане.

**Кандидатите по тези мерки могат да бъдат:**

Земеделски производители и микропредприятия, регистрирани като еднолични търговци или юридически лица по Търговския закон, както и физически лица, регистрирани по Закона за занаятите.

**Изискванията към кандидатите са:**

1. Да имат седалище или постоянен адрес за физическите лица на територията на селски район.
2. Инвестицията да се осъществява в селски район и да няма отрицателно влияние върху околната среда.
3. Кандидатът да представи разработен бизнес план, който да показва икономическа жизнеспособност на инвестицията за срок от 5 години и 10 години при строително-монтажни работи.
4. Стопанството на кандидати, земеделски производители, трябва да има стандартен производствен обем над 8 000 евро.
5. Инвестициите в производство на електроенергия от биомаса не се подпомагат по мярката, ако те не произвеждат 10% топлинна енергия.

**Допустими дейности са :**



1. Развитие на туризъм (изграждане и обновяване на туристически обекти и развитие на туристически услуги). Програмата позволява финансиране както за изграждане на нова къща за гости или малък семеен хотел с до 20 стаи, така и реконструкция на съществуваща сграда в къща за гости или хотел и обновяване на туристически обекти
2. Развитие на услуги във всички сектори
3. Производство на енергия от възобновяеми енергийни източници за собствено потребление
4. Изграждане или подобрения на недвижимо имущество
5. Закупуване, включително чрез лизинг на нови машини и оборудване
6. Общи разходи, свързани с разходите по преходните точки, например хонорари на архитекти, инженери и консултанти, хонорари, свързани с консултации относно екологична и икономическата устойчивост, включително проучвания за техническа осъществимост
7. Нематериални инвестиции – придобиване и създаване на компютърен софтуер и придобиване на патенти, лицензи, авторски права и марки

**Етапи при кандидатстване по мярка 6.4 „Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности“:**

1. Кандидатства се само като юридическо лице т.е. трябва да имате фирма или ако нямате да регистрирате такава в населеното място, където Ви се намира имота
2. Избора и покупка на земя. Алтернативен вариант е да придобиете земята с учредяване на вещно право, тоест да намете земята за период не по-малък от 10 години с право на строеж (**разходите свързани със закупуване на имот не се признават и финансират по програмата**)
3. Изготвяне на подробен устройствен план (ако се изисква)
4. При земеделски земи, задължително трябва да се смени статута на земята и да се изработи подробен устройствен план
5. Инвестиционен проект – изготвяне на работен проект, в който са включени количествени сметки – това е най-общо казано описание на материалите със съответните параметри (брой, квадратни метри или обем)
6. Получаване на разрешение за строеж от съответната община



7. Изготвяне на необходимата документация, бизнес план и заявление за кандидатстване по програма за развитие на селските райони
8. Сключване на договор за финансиране на проекта
9. **Намиране на първоначален източник на финансиране**(ако не можете да си подсигурите авансовото плащане, например чрез кредит, банкова гаранция или две фирми, които да гарантират за Вас, трябва да имате средства за да започнете строителството до етап първо междинно плащане)
10. Стартиране с изпълнение дейностите по проекта/бизнес плана – това включва доставка на материали, строително – монтажни дейности, управление и пр.
11. Приключването на дейностите по проекта, е съпътстващо с одит и преглед на цялата документация от страна на управляващия орган
12. Приключването на проекта завършва с неговото окончателно финансиране

#### **4. Развитие на туристическия продукт в селските региони**

За нуждите на селския туризъм са необходими разнообразни туристически ресурси: природни дадености (географски особености, климат, растителен и животински свят, природни забележителности и др.); историческо наследство (архитектурни и археологични паметници, църкви и манастири); културно наследство (фолклорно и етнографско богатство, традиционни и художествени занаяти, традиционни празници и обичаи, традиционна кухня и др.); местен бит (животновъдни и земеделски практики, производство на храни и напитки и др.). Стопанинът, който е главното лице обръщащо внимание на туристическия поток се разглежда като събирателно понятие на местното население. Чрез него се осъществяват преобладаваща част от услугите – приготвяне на домашни специалитети, грижите за домашното стопанство. Пак чрез него се постига запознаване на туристите с народните занаяти, фолклор, бит. Стопанинът е водеща фигура на този тип туризъм. От неговото умение, природна култура и душевност зависи степента на удовлетвореност на туристите от ваканция на село. В оформянето на туристическия продукт се включват и различни рекреационни занимания като разходки пеша, с коне, с велосипеди, с мулета, по река, а също и практикуване на различни спортове. Предпочитана е активната почивка, съчетана с лечебно-климатичен отдих и възста-



новяване. Особено типично за селския туризъм е участието в полката работа - овощарство, пчеларство, гроздобер, бране на плодове, цветарство, събиране на гъби, билки. Много характерна е и консумацията на място на местни продукти, запознанство с местната кухня. В това отношение възможностите са извънредно разнообразни. При по-добра организация и медицински контрол може да се провежда плодолечение, вегетариански седмици, дегустация на специфични продукти, кулинарни вечери, пикници. Популярни са инициативите за откриване на историческо, етнографско, културно, архитектурно наследство, фолклор, обичаи характерни за всеки район, организиране и демонстрация на занаяти. В землищата на селата, в близост до горски масиви и ловни стопанства, язовири и реки, има възможност за организиране на ловни и риболовни излети. Изпълнимо е и предлагането на по-специфични ваканции стажове за изучаване на флора, фауна, геология, проследяване миграциите на птиците, вулканични явления, практикуване на езика на страната домакин. Всяка страна или регион поставя свой отпечатък върху развитието на селския туризъм, като се търсят нови форми и перспективи. В реализирането им се включват местните общности, законодателни органи, представители на различни сектори на икономиката. Селският туризъм се явява един от важните моменти в политиката за развитие на селото. Осъществяват се програми за подпомагане и инвестиране в тази област, организира се обмяна на опит и информация.

Всички тези мерки имат като крайна цел да помогнат за справянето с наболелите местни проблеми, които почти всички селски региони у нас имат. Такива проблеми са :

- Липсва резервационна система за настаняване в селския туризъм.
- Няма туроператори на селски туризъм
- Няма рекламна дейност
- Дейности за развлечение и културни мероприятия са в начален етап на развитие.
- Тематичен туристически продукт, свързващ престоя на туристите с определена активност и дейност едва сега започват да се създава
- Селският туризъм е сезонен, което намалява годишната реализация и печалба.
- Продуктът в селския туризъм е с ниска добавена стойност
- Липсва подходяща инфраструктура; лоши пътища; липса на указателни знаци, информация и други
- Липса на професионален опит и познания в преобладаващата част от практикуващите или желаещи да практикуват селски туризъм



Поради тази причина властите на национално и местно ниво както и местното население трябва да работят усилено и в пълен унисон за постигането и запазването на добър имидж на дадена дестинация като място за провеждане на класен селски туризъм.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изследвайки проблематиката свързана с развитието на селските райони ще дадем следните насоки за бъдещата им перспектива:

1. Да се разшири и доразвие предложената стратегия за повишаване на развитието на регионите за селски туризъм чрез координиране на туристическото предлагане
2. Да се проследят и анализират резултатите от реализирането на стратегията
3. Спрямо изводите изведени от прилагането на стратегията за да се предложат нови цели

## ЛИТЕРАТУРА

[1] <http://www.didprojekt.net/selski-raioni/>

[2] <http://evroprogrami.com/mnenieto-na-konsultanta/stapki-za-kandidatstvane-po-myarka-311-i-312-na-prsr-2>

[3] <http://finansirane.eu/%D0%B7%D0%B0%D1%89%D0%BE-%D0%B4%D0%B0-%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B5-%D0%B2-%D1%81%D0%B5%D0%BB%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC/>

[4] <http://finansirane.eu/%D0%B7%D0%B0%D1%89%D0%BE-%D0%B4%D0%B0-%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B5-%D0%B2-%D1%81%D0%B5%D0%BB%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC/>

[5] <http://www.prsr.bg/merki/%D0%9C%D1%8F%D1%80%D0%BA%D0%B0-311/19/index.html>

[6] <http://www.prsr.bg/merki/index.html>





## УПРАВЛЕНИЕТО КАТО ЕМОЦИЯ

### MANAGEMENT AS AN EMOTION

Синтия Христова и Полина Глинджурска

Великотърновски университет „Св.Св. Кирил и Методий“  
Email: [hristova.sintiya@gmail.com](mailto:hristova.sintiya@gmail.com), [p.glindjurska@gmail.com](mailto:p.glindjurska@gmail.com)

#### Abstract

*Emotion and the variety of tempers of the managers are invariable part of the managing process. The ability of the governing to manage the human resources is very important, but even more important is the ability to manage their own emotions and temper.*

**Keywords:** management, emotion, temperament, human resource

Управлението е процес на въздействие, който включва голяма доза емоция. Тя е неизменна част от управлението на хора и изпълняването на задачи в управленския процес, защото именно емоцията е част от състоянието на духа на всеки отделен индивид. Трудовото поведение на човек се определя от характера на общуването и взаимодействието му с останалите персонажи, с които работи съвместно, които ръководи или го ръководят. Организациите са динамични, отворени системи, които обединяват различни ресурси. Най – ефективният фактор, от който зависи техният успех, е човешкият. В забързаното ежедневие и динамичната работна среда, съвременните мениджъри се опитват да бъдат по-гъвкави от всякога, във всяко едно направление. Много често им се налага, да прикриват емоциите си на работното място, за да не показват слабост пред подчинените си или защото тези емоции могат да се окажат пречка пред изпълнението на задачите. Всичко това зависи от различния темперамент на индивида. В зависимост от опита, който имат, мениджърите могат да използват темперамента си в своя полза. Всеки човек преценява как да покаже или скрие емоциите си, но едно е сигурно - всеки се справя по един или друг начин с тях.

Целта на настоящата разработка, е да покаже емоциите на мениджърите, следствие от техния темперамент, видовете темперамент на мениджърите в съвременните организации, как приемат предизвикателствата, пред които ги изправя динамиката на съвременния свят, действията и реакциите им в различните ситуации, изискващи вземане на своевременно, адекватни и оптимални управленски решения. Освен това, разработката има за цел да разкрие структурата на отделната личност и да покаже основ-



ните свойства за определяне на психологическата характеристика на типовете темперамент.

Вилхелм Щерн въвежда за първи път понятието „личност“ („персона“), за означаване на способния, за самоопределение и саморазвитие, човек. Смисълът и значението на понятието се изясняват най-добре чрез съпоставката му с други сродни понятия – „човек“ и „индивид“, с които то се намира в единство. Личността е съзнателен и деен индивид, висше равнище на психическо развитие, при което човек регулира и саморегулира поведението си. Това е способността на човека да господства и да променя жизнени обстоятелства, съобразно свои цели, идеали, задачи; способността му съзнателно да управлява себе си и отношенията си с околните. Под структура на личността, се разбира система от психични свойства, характеризиращи дадена личност или тип личност. Структурата на личността е строежа на нейната цялостност и включва основните ѝ структурни елементи, техните основни характеристики, връзките и взаимоотношенията между тях. Двете основни структури, използващи се в организационното поведение, с цел ефективното му управление, са структура на „АЗ-А“ и „био – социалната“. Първата изразява, както единството, целостта на личността, така и структурата на нейното отношение към собствения свят, околния свят и други. Втората структура, наречена още йерархична, е съставена от руския учен Константин Платонов. Тя се използва доста често в организационното поведение за обяснение на индивидуалното трудово поведение на хората.

Способностите са социално обусловени, индивидуални и относително устойчиви психични особености, отличаващи една личност от друга, осигуряващи ѝ условия за успех и високи постижения в една или повече дейности, разкриващи различията в динамиката на овладяването на знания и навици, необходими за работа. Способностите изразяват силните и стабилни характеристики на личността, които дават възможност за максимално ниво на изпълнение на умствена или физическа задача.

Интелигентността е цялостен и сумарен израз на способностите. Тя е способност за решаване на задачи, прилагане на принципи, правене на изводи и за възприемане на връзки и зависимости. За даден индивид, формата и равнището на интелигентност са специфични, зависят от наследствения му фонд, придобития личен опит в живота, обучението и възпитанието, от влиянието на факторите на външната и вътрешна среда.

Известни са два подхода за измерване на интелигентността:



**Първи подход** – широко определяне на интелигентността, чрез изследване на следните видове способности: Вербални и речеви, Пресмятане, Запаметяване, Възприемане, Пространствени способности, Абстрактно и логическо мислене.

**Втори подход** – относително определяне на интелигентността, чрез тестове за интелигентност.

Темпераментът е характеристика на индивида от гледна точка на неговите динамични особености – интензивност, скорост, темп и ритъм на психическите процеси и състояния. То е понятие, което включва различни признаци и моменти, които се отнасят до динамиката на психичните процеси, отразява индивидуално – своеобразните особености на поведението, устойчиво повтарящи се във всяка ситуация.

Основни свойства за определяне на психологическата характеристика на типовете темперамент са следните: Сензитивност, реактивност; активност; съотношението реактивност – активност; темп на реакциите; пластичност и ригидност; интензивност; голям диапазон на изява на едно и също свойство; наличие на комплексен израз на свойствата му; изява на свойствата му, независимо от съзнанието, целите, мотивите, интересите.

Темпераментът оказва влияние върху поведението на индивида, когато той се намира в трудова среда в следите насоки: начинът, по който реагира емоционално на външни или вътрешни въздействия; скорост на протичане на психичните реакции и процеси; въздействието върху околната среда; възможността да преодолява различни предизвикателства и препятствия при постигане на целите; възможност за приспособяване към нова обстановка, нови изисквания и условия.

Темпераментът на ръководителите оказва съществено влияние върху тяхното поведение и в значителна степен предопределя стила на управление. Важно за организационното поведение е да се познава поведенческата характеристика на ръководителите с различен темперамент, за да се определи възможността тя да се съчетае най – добре с тяхната роля и статут.

Ръководителят **САНГВИНИК** е много деен, активен и динамичен. За него са характерни лесната приспособимост към изменящите се условия и бързото установяване на контакти с други ръководители и подчинени. Той е общителен, новатор по дух, но преди да подкрепи новата идея или да афишира своята, размишлява задълбочено. Ръководители сангвиници са съдържани, смели и често предприемат риск и неочаквани действия. Те могат да се съвместят добре с всички типове темпераменти. От психологична



гледна точка са „дялани камъни” в управлението и могат да заемат всякакви постове в йерархията, като се реализират пълноценно. Те често сменят желанията и интересите си, понякога са повърхностни, но издръжливи и устойчиви в критичните моменти.

Ръководителите **ХОЛЕРИЦИ** не се приспособяват към средата, а се опитват да приспособят средата към себе си. Те са енергични, бързи, но често прибързани, поемащи по неочаквани нов път, без да осмислят своето поведение и последиците за другите. Характерна за тях е цикличността в дейността и преживяванията им. Ръководителите холерици страстно се отдават на работа, увличат се истински по нея и винаги са готови да преодоляват препятствията по пътя към целта. Те са напълно убедени в своята правота, трудно възприемат чуждото становище и са раздражителни към критици. Стремят се да наложат своята воля чрез принуда. Холериците имат и различни отрицателни черти, като например, че не са достатъчно задълбочени и прецизни, често избухливи, дръзки и обидчиви. Също така не издържат на продължителни натоварвания и бързо се изтощават, защото разпиляват бързо енергията си, а след това работят в условия на стрес и натовареност. Холериците не са последователни, често сменят обекта на интересите си и не са в състояние да довършат докрай започнатото. В случай на личен провал преживяват бурни чувства и емоции. Те често се стремят да се открият сред другите ръководители и специалисти и често умишлено търсят сблъсък и конфликта. Лидери са по природа, но със силен тип висша нервна дейност, силно влияеща на околните. Ако ръководителят е холерик, при равни други условия, преките му подчинени би трябвало да са сангвиници и флегматици, защото те добре го балансират и реализират докрай новаторските му идеи.

Ръководителят **ФЛЕГМАТИК** е спокоен, уравновесен, уверен, склонен към задълбоченост и аналитичност, солиден е и не губи напразно силите си. Той съдържа чувствата и емоциите си при много трудни обстоятелства и веднъж повярвал в нещо, трудно се разубеждава. До някаква степен е консервативен и пристрастен към реда. Характерно за холерика е, че не обича „празните разговори”, лоялен е и трудно излиза от равновесие. Инертността му осигурява липса на прибързаност, постоянство и определеност в характера. Успешно заема различни длъжности на всички управленски равнища, като прецизно и конкретно изпълнява своята работа. Също така е устойчив на голям стрес. Характерното за ръководителя – флегматик, което пречи на работата му е, че общува трудно и не е склонен да поема голяма отговорност. Също така няма афинитет към риска, защото се плаши от значими промени в управлението. Флегматиците не са подхо-



дящи за оперативното управление и за длъжности, при които се изисква бързина, смелост, способност да се рискува, да поема отговорност и да взема решения в условия на неопределеност.

За ръководителят **МЕЛАНХОЛИК** са характерни затвореността, необщителността, чувствителността и нерешителността. Той избягва контакти и е мнителен, нерешителен и плах. Смущава се от промените, работи сам и честно е неуверен в своите сили. Понякога се превръщат в инструмент за реализиране на чуждата воля и интереси. Често губи самообладание, затваря се в себе си и има нужда от помощ и авторитетно покровителство. Меланхолиците заемат постове като ръководители, случайно или за кратко време, а това им струва доста усилия, напрежение, стрес и отрицателни емоции. Те са по – добри са като специалисти и сътрудници.

Предопределящи поведението на ръководителя фактори са темперамента и другите психологически характеристики, но от гледна точка на практическия мениджмънт, стилът на работа на ръководителя, е най – яркото изражение на поведение. Обикновено ръководителите – холерици се ориентират към диктаторски стил, а сангвиниците като ръководители – демократичен стил. Към либерален (пасивен) и демократичен стил на управление са склонни флегматиците, а меланхолиците като мениджъри са най – малко последователни по отношение на стила. Те предпочитат ситуационния стил, либералния, демократичния и рядко са авторитарни ръководители.

Психичните свойства на темперамента са вродени, но това не е пречка за съзнателно самовъзпитание на тези свойства с оглед овладяване на темперамента и компенсация на неговите слаби страни със съзнателно изработени навици на поведение. Съществуват междинни преходни форми, образуващи се в следствие на заложибите под влияние на средата. **Екстравертността** и **интровертността** са една от най – важните за поведението, индивидуални различия. Според швейцарският психолог К. Юнг и труда му „Психологическите типове” (1923 г.) поведението има неслучаен характер, то в предсказуемо и следователно – може да се типологизира. В основата на всяка типология са личностните нагласи, склонности, предпочитания. Типовете хора според К. Юнг са екстраверти и интроверти.

Екстравертността обхваща висока комуникативност, стремеж към поддържане на много и интензивни социални контакти, насочване на локуса към околния свят, висока сензитивност към външните стимули и т.н. Екстравертите предпочитат шумни



компании, в които да бъдат център на внимание, разходки, непрестанна динамика на света около себе си.

Интровертността е тенденцията човек да е съсредоточен главно върху вътрешния си свят. Интровертите са тихи, сдържани, премислят внимателно действията си, и са сравнително слабо ангажирани в социални връзки. При възникване на конфликт или критична ситуация, те са склонни да търсят причините в себе си и често анализират собствените си действия и постъпки. Не бива да се поставя знак за равенство между интроверсия и асоциалност.

Няма чисто интровертни и екстравертни типове, защото всяка зряла личност се стреми да преодолее крайностите на своя тип. Класификацията на Юнг се прилага широко в управлението на човешки ресурси, в подбора на персонал и сътрудници, при определяне на работно място и трудови задачи за мотивиране на хората.

„Интровертите са по-добрите лидери в управлението. Най-новите изследвания показват, че интровертите всъщност са и сред най-влиятелните хора в общността. С по-добра преценка и по-добри способности за взимане на решения, те са в състояние да поддържат дълготрайни взаимоотношения и да излъчват спокойствие в нашия безумен свят, където телефоните звънят непрестанно, непрестанно се сипе електронна поща и изчакването повече от две минути за кафе, е повод да започне бунт. Около 40% от професионалистите на ниво мениджъри - както и някои от най-престижните писатели, творци, изобретатели и дипломати, демонстрират силно интровертен характер. Според скорошни проучвания, при интровертите е налице повишено кръвоснабдяване във фронталния кортекс на мозъка, отговорен за добрата памет, планирането, решаването на проблеми и сложните научни проекти. Вътрешният свят на интровертите също така означава, че те са по-способни да обръщат внимание на собствените си мисли, като разполагат с вградена способност да се съпротивляват на външни отвличащи вниманието фактори по начин, на който екстравертите не са способни. Докато екстравертите ще съществуват добре в шумна, бързо променяща се среда, интровертът извлича енергия от самия себе си, намирайки спокойствие в своеобразен вътрешен свят, където той може да размишлява и изчерпателно да разглежда различни идеи.” – Сочи известен бизнес сайт.

Темпераментът на управляващите и емоциите, които изпитват те, оказват силно влияние върху управленския процес. При всеки човек от огромно значение е самоконтролът и начинът, по който ще се използват положителните и отрицателните



му страни. Независимо от стила на ръководство, който мениджърът избира, управлението въплъщава в себе си голяма доза от емоции, които всеки ръководител следва да контролира и, по възможност, да превръща в своя сила, а не слабост.

**ЛИТЕРАТУРА:**

- Пенчева, И., "Организационно поведение", изд. Абагар, Велико Търново, 2007
- [www.manager.bg](http://www.manager.bg)
- [www.bg.wikipedia.org](http://www.bg.wikipedia.org)





## СФОРМИРАНЕ НА КЛЪСТЕРИ – ОПАСНОСТИ ПРИ КАРТЕЛНИ СПОРАЗУМЕНИЯ

### CLUSTER FORMATION – DANGEROUS AT CARTEL AGREEMENTS

Християн Костадинов, Цветан Митев  
ВТУ "Св. св. Кирил и Методий"  
Стопанско управление III Курс

#### Abstract:

*A cluster is a collection of companies, suppliers, subcontractors of services, companies from related industries and the related to them institutions (government, business organizations, academic communities, financial institutions, etc.). Strength in unity and the development of the business can be in favor of the customers and not at their expense.*

**Key words:** cluster, community, goals, innovations, production

#### ВЪВЕДЕНИЕ

В последно време и в България **навлязоха клъстерите**. "Клъстерът е съвкупност от фирми, доставчици, поддоставчици на услуги, фирми от сходни производства и свързаните с тях институции (правителство, бизнес организации, академични общности, финансови институции и др.).

В зависимост от характера на връзките между фирмите в клъстера може да говорим за: вертикални, хоризонтални и секторни клъстери. При хоризонталния клъстер фирмите са на едно и също равнище на производство и маркетинг. При вертикалния клъстер фирмите са на последователни нива на производство и маркетинг. При тези клъстери фирмите са от различни сектори. При секторните клъстери фирмите са от един сектор.

#### ИЗЛОЖЕНИЕ

##### **Клъстерът може да се квалифицира като общност, която работи за една цел**

- да бъде подпомогнат основния бизнес, като с това се гарантира успешното развитие и на дейностите, които са налице покрай основния бизнес. Освен това те заедно споделят проблемите си и решенията за тях. Така или иначе, независимо от терминологичните вариации ясно е, че клъстерът е доброволно обединение на компании, които имат общ интерес от това.



## Предимства

Достъпът до иновации, знание и ноу-хау са много сериозни предимства. В новата икономика компаниите търсят своите главни конкурентни предимства в идеи и талант, които изискват географска близост с професионалните си колеги, критично важни доставчици, ключови клиенти, високо квалифицирана работна ръка, подпомагане научно-развойна дейност, и индустриални лидери. Индустриално-специфичното знание и ноу-хау (тактическо знание) се добиват и разпространяват от предприемчивите и иновативни компании.

- съвместно производство
- съвместно предлагане на услуга
- съвместно закупуване на суровини и други продукти
- съвместни обучения по управление
- съвместно обучение на работещите
- съвместни усилия за лобиране
- споделяне на опит между членовете в бизнеса и бюрокрацията
- съвместно финансиране
- трансфер на технологии и иновации между членовете
- съвместна поръчка на машини за производство
- съвместна поръчка на допълнителни услуги (транспорт, реклама и т.н.)
- съвместен маркетинг и брандинг
- съвместно участие в панаири и изложения
- съвместна покупка на ИКТ решения за подобряване на качеството на производствения процес и крайния продукт
- съвместно съревнование с глобалните лидери
- съвместно изследване
- съвместно складиране
- съвместно привличане на преки чуждестранни инвестиции

## Пример за клъстер

Най-известният пример за клъстер е Силиконовата долина в САЩ. Силиконовата долина се характеризира с висока концентрация на високотехнологични компании, свързани с развитието и производството на компютри и техните компоненти, по-специално микропроцесори и софтуерни устройства, мобилни комуникации, биотехно-



логии и т.н. Появата и развитието на технологичен център се свързва с концентрация на водещите университети, големи градове на разстояние по-малко от час, източници на финансиране на нови компании, както и средиземноморски тип климат.

### Определение за картел

От друга страна **Картелът** е споразумение и/или съгласувана практика между две или повече предприятия - конкуренти на съответния пазар, насочени към ограничаване на конкуренцията чрез определяне на цени или ценови условия за покупка или продажба, разпределяне на квоти за производство или продажби, или разпределяне на пазари, включително при манипулиране на публични търгове или конкурси, или процедури за възлагане на обществени поръчки. Картелът е форма на монополистично обединение или съгласие за поддържане на пазарни дялове на независими производители и определяне на количеството и цената на предлаганата в отрасъла продукция.

### Цел

Картелът е едно от най-тежките нарушения на правилата на ефективна пазарна конкуренция. Негова основна цел е завишаване на цените посредством намаляване или премахване на конкуренцията, което непосредствено уврежда потребителите на стоки и услуги. Картелите увреждат и икономиката като цяло, като премахват стимулите на предприятията за иновативност и оптимизация на продуктивността им.

### Разлики

В случая с картела целта е да се създаде изкуствено монопол върху цените на предлаганите продукти и по този начин фирмите производители да печелят, а потребителите да нямат различна опция от тази, която картела предлага. На свободният пазар това поведение е недопустимо и фирмите в картела, макар и със закъснение си понасят последствията.

Клъстерът е съвкупност от фирми, доставчици, под доставчици на услуги, фирми от сходни производства и свързаните с тях институции (правителство, бизнес организации, академични общности, финансови институции и др.), която работи за една цел – да бъде подпомогнат основния бизнес, като с това се гарантира успешното развитие и на дейностите, които са налице покрай основния бизнес.

### Пример

Пример за картел е уговорката на производителите на един продукт да не го продават под определена минимална цена или от конкретна дата заедно да повишат це-



ните си с определен процент, или пък да ограничат производството си, за да поддържат определено ниво на цените..

### **КЗК обяви седем петролни компании в картел за горивата**

Комисията за защита на конкуренцията разследва злоупотреба с господстващо положение и картелни споразумения за бензин и дизелово гориво. От Комисията съобщават, че са забелязали идентичност в ценовата политика на пазара на търговия на дребно на горивата, прилагана от дружествата "Шел", "Ромпетрол", "Еко", "ОМВ", "Петрол", "НИС Петрол" и "Лукойл България". Оттам добавят, че дружествата задържат продължително време високи цени при продажбата на дребно, както и че липсва навременна и адекватна реакция спрямо понижението на цената на едро и производствената цена. От КЗК смятат, че това би могло да е в резултат на антиконкурентни практики - картелни споразумения”.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Според тенденцията, която световните консултантски компании посочват, изглежда, че клъстерите са стъпка към образуването на т.нар. „екосистеми” в дадени отрасли. Може би точно тези сдружения, ще окажат влияние върху новите бизнес модели в конкретната индустрия у нас и ще инициират въвеждането на иновации в бранша. Може би си струва ръководителите на отделните фирми да се „огледат” какво се случва в техния бранш и да помислят как чрез обединение с конкуренти и други заинтересовани организации да постигнат бъдеща стабилност за бизнеса си. И да докажем, че обединението прави силата и че развитието на бизнеса може да бъде в полза на потребителите, а не за тяхна сметка.

### **ЛИТЕРАТУРА:**

1. Икономика и конкурентоспособност на предприемаческата дейност –Георги Маринов
2. Предприемачество и предприемачески проекти – Деян Дойков
3. Често задавани въпроси относно клъстерите  
<http://old.mi.government.bg/bids.html?id=185874>
4. Картел  
<https://bg.wikipedia.org/wiki/Картел>
5. Характеристика на клъстерите  
<https://money.bg/archive/harakteristika-na-klasterite.html>



## ЗАСТРОЯВАНЕТО НА ДЕВСТВЕНИТЕ ПЛАЗОВЕ- ВЪЗМОЖНОСТ ИЛИ ПРЕЧКА ЗА РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

### BUILDING ON THE VIRGIN BEACHES – OPPORTUNITY OR OBSTACLE FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN BUL- GARIA

Християна Брайнова

ВТУ „Св.св.Кирил и Методий”

isi\_brainova@abv.bg

#### Abstract

*The report examines the effects of building on the virgin beaches in Bulgaria. It also studies the advantages and disadvantages of tourism, its impacts on the natural resources as well as the economic and social consequences for Bulgarian tourism and its producers and consumers.*

**Keywords:** virgin beaches, opportunities, tourism, problems

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Застояването на девствените български плажове е една изключително наболяла в последните години тема, която дава повод за размирици сред хората. Периодично гледаме по новините репортажи за различни протести на екоактивисти свързани с опазването на природата и зелените площи от „лапите” на нагли предприемачи. Това поражда една необходимост от по-обстойно и задълбочено разглеждане на ползите и вредите от развитието на туризма в тази насока, а именно изграждането на все повече хотели по плажните ивици, и конкретно по тези, които се смятат за диви и обезлюдени. Обществото се разделя от една страна на поддръжници на новото строителство по тези места, и от друга - на екозащитници, които искат необитаемите плажове да си останат такива. България е едно изключително красиво място, надарено с невероятна природа и много българи се гордеят с това, но въпросът е трябва ли тази красота да си остане така автентична и недокосната от човешка ръка или постепенно да се завладее от хората.

#### ИЗЛОЖЕНИЕ

Природата е за всички и всеки има право да се докосне до нея, но за да съществува като такава ние хората носим отговорност за нейното опазване. Ако нямаме манталитета и нужното уважение към нея, то постепенно ще започнем да я губим и малко или много сме свидетели на това.



Туристите имаме разнообразни нужди, които искаме да задоволим – било то да избягаме от сивото ежедневие, да намерим спокойствие и релакс, да се поглезим с някоя спа процедура или да се усамотим на някое тихо местенце. Именно поради многобройния набор от потребности съществуват и толкова много видове и форми на туризма. И докато едни се чувстват комфортно сред удобствата на съвременните, модерни, елегантно обзаведени 5-звездни хотели на брега на Черноморието, то други предпочитат палатка или кемпер на сред чист въздух и природа, далеч от шумотевицата на цивилизацията наред някой див и необитаем плаж.

В България дивите плажове се броят на пръсти и малцината им посетители предпочитат те да си останат такива, защото такива местенца са тих оазис на сред бетонена гора. До някои от тях се стига трудно и се намират само по предания от уста на уста и в това е техният чар. Много строители са се опитвали да застроят тези зелени площи и да ги направят част от новия свят, но това дали е правилно? Нима няма достатъчно хотели по крайбрежната ивица или недостатъчно работни места в областта, където е разположено мястото, за да им се осигурят работни места и да бъдат заети в сферата на туризма? Нужно ли е да се предприемат такива действия за да се подпомогне икономиката на страната? Вероятно и поддръжниците на тази идея и опозиращите ѝ могат да изкажат и представят своите разсъждения и аргументи, но везната на коя страна натежава повече?

В статия от 12.04.2014 на вестник „24 часа“ пише „Хотелският туризъм например носи на морето 3 млрд. евро годишно, още 3 млрд. евро потъват в сивия сектор, коментира шефът на Националния исторически музей Божидар Димитров, който е роден в Созопол. По думите му, ако не е туризмът, след затварянето на корабостроителниците и други промишлени предприятия във Варна и Бургас Черноморският регион би изостанал като Северозапада. "Населението неслучайно протестира - това е единственият им поминък", аргументира се историкът.

Национално проучване на "Алфа ризърч" от декември 2013 г. и януари 2014 г., предоставено на природозащитната организация WWF, обаче показва, че тези аргументи не трогват обикновения българин. Едва 3% от анкетираните са съгласни с ново застрояване на Българското Черноморие, а цели 80 на сто са твърдо против. Според 40 на сто от интервюираните опазването на околната среда не пречи на икономическото развитие, а над 30% са на мнение, че това по-скоро помага на икономиката. Едва 4 на сто



твърдят, че съхраняването на природата пречи на икономиката, а 17 на сто не намират връзка между двете.

Според еколози обаче България вече страда от презастрояването на крайморските си брегове и в това отношение отдавна е минала нормата. Колко от родните плажове засега са слабо засегнати от "цивилизацията" на масовия туризъм и кои са? Тук разказваме за тях с помощта на кореспондентите си във Варна и Бургас и със съдействието на директора на НИМ Божидар Димитров.

### **КАРАДЕРЕ**

Карадере е може би най-дългият плаж на северното ни Черноморие - цели 16 км. Намира се между град Бяла и село Горица в близост до северните склонове на Стара планина и недалеч от защитената зона Иракли. Девствената природа е запазена може би отново заради присъствието на военните тук и лоши комуникации. Местността няма инфраструктура и точно затова е много посещавана. Плажът е чист, некаменист, граничи с борова гора, което я прави удобна за палаткови лагери. Достъпна е с автомобил, велосипеди и пеш от Бяла и с. Горица. Проблем е почистването на района от битови отпадъци. Съвсем наскоро пламна скандал заради проект за застрояването .

### **УСТИЯТА НА ВЕЛЕКА И РОПОТАМО**

Засега със сигурност с бетона ще се разминат устието на реките Велека и Ропотамо, които безапелационно са защитена територия. Там красотата е в такова изобилие, че никой не си и помисля да оспорва статута на тези местности и да строи по тях. Около устието на двете реки са се образували плажове, напомнящи екзотична дестинация. Наоколо няма и помен от цивилизация с изключение на следите от човешки крак по пясъка. От едната страна пясъчната ивица на Ропотамо е обградена с отвесни скали, а от другата устието, което я разделя, плавно се слива под формата на коса с буйната лонгозна растителност наоколо. Тя е част от едноименния природен резерват. До плажа се стига само с лодка по реката или откъм морето. Често през лятото на това място се мярка бившият външен министър Соломон Паси, който не пропуска да направи уборка на пясъка. При хубаво време туристите винаги молят капитаните на корабчета след разходките по реката да ги оставят за малко да се полюбуват на райското кътче. Заради трудния достъп плажът е предпочитано място и от нудисти.



“Ропотамо”, който е на площ от 1000 хектара, е може би най-старият резерват в България. Обявен е за такъв през 1940 г. и оттогава риболовът, къмпингуването и дори паленето на огън са забранени.

Същите правила важат и за устието на Велека. Там реката е образувала чуден плаж върху пясъчна коса, който често е пуст заради отсъствието на хотелски комплекси наоколо.

## ИРАКЛИ

Една от последните природни територии по черноморието ни, незасегната от застрояването. Цялата местност Иракли - Емине е в зоната на “Натура 2000”. Там строителството се е изтеглило навътре в континента от плажа. Терените във вътрешността са закупени, но ако плъзне ново строителство поради този факт, то няма да е на плажа, а при всички случаи на повече от 100 м от морето, твърди Божидар Димитров.

Плажната ивица е с дължина от 3 км. Разделя я река Вая и така определя границите на два плажа - “Иракли” северно от реката и “Вая” южно от нея. Плажовете са широки, чисти, и с девствен бял пясък. “

Няма спор, че хотелиерският бизнес е част от основата за развитието на туризма в България и голям дял от нея се пада на Черноморието, но както виждаме от това проучване българинът смята, че околната среда трябва да се запази като такава и именно тя дори помага за развитието на икономиката тъй като потребителите със своите нужди различни нужди явно предпочитат не само лукса, но и магията на природата. Трябва да отбележим, че туристите не се представляват само от българи. Огромна част от туристическия поток са чужденци от Русия, Германия и други страни. Честа практика е дори наемането на апартаменти по Черноморието и много от хотелите предоставят тази опция на своите клиенти.

По статистически данни на Министерството на туризма свързани с международния туризъм в България към Януари 2016 год. Наблюдаваме : 1.5% увеличение в броя на чуждестранните туристи, посетили България през м.януари 2016 г. спрямо м.януари на 2015 г. Увеличение от 18.3% при посещенията с цел почивка и ваканция Намаление от -24% при посещенията с цел бизнес Приходите от международен туризъм за януари – декември 2015 г. възлизат на 2 873 млн. евро, което е с -3.6% по-малко в сравнение с 2014 г. Разходите на българските граждани за пътувания в чужбина за януари-декември 2015 г. са общо 1006.6 млн. евро или с 11.4% повече спрямо 2014 г. През м. януари



2016 г. страните от Европейския съюз продължават да са най-важният генериращ пазар за международен туризъм на България с относителен дял 43.2% и общ обем от 139 458 пътувания (спад от -5.6%).

За привличането на туристи хотелиерите и предприемачите все повече разширяват своите услуги, за част от които се изискват допълнителни постройките като пример за това са ресторанти, барове, магазини, дискотеки и т.н. с цел пълното и улеснено задоволяване на туристическите нужди. Някои от хотелиерите предпочитат изграждането на цели комплекси, където всички удобства са на една ръка разстояние.

Към 30.11.2015броя на предприятията според основните икономически показатели за сектор „хотелиерство и ресторантьорство” от Националния статистически институт за периода 2008г. – 2014г. е нараснал от 22,172 на 26,312, а заетите лица в областта от 128,922 са се увеличили на 136,459.

Проблем възниква, когато тези хотели и комплекси се разпространят до такава степен, че „изяждат” част от горите и бреговата ивица, а този проблем става все по-важен, когато става въпрос за защитени местности. Плячка на много инвеститори стават райони като Иракли и Кара Дере, които са защитени зони по Natura2000 ( мрежа от защитени райони в Европа). Въпреки това се допусна частично да бъдат застроени, пример за което е Кара Дере , където бе започнато строителство на комплекса „Блек сий Гардънс“ .

Има нарушения, които са недопустими за една нормално развиваща и себеуважаваша се страна. Има много създадени организации целящи опазването на природата от такъв вид нарушения и недоразумения в системата и не малко дела са се водили по тези въпроси. Една такава коалиция от неправителствени организации е „За да остане природа в България” , която се занимава с нередности от такова естество.

Недопустимо е застрояването на защитени площи и въпреки това тези неща се случват. Пример за това е случаят с *незаконното строителство на "Златната перла" в Природен парк "Странджа"*, коалицията спомената по-горе описва в сайта си случая по следния начин : „Това строителство започна и завърши пред очите на всички институции. През 2006 г. кметът на Община Царево разрешава строителството на вилното селище в нарушение на закона. РДНСК Бургас спира незаконния строеж, а фирмата Краш 2000 правинепуспешен опит да узакони строежа чрез ликвидирането на парк "Странджа". В крайна сметка през Ноември 2008 г. строежът е обявен за **незаконен** и от Върховния Административен Съд. Въпреки това ДНСК и съдията Анд-



рей Икономов намират начин да защитят незаконния обект...  
След осем месеца строителство фирма „Краш 2000” ООД издигна ваканционно селище недалеч от с. Варвара (имоти 2013 и 2014 в местността “Дълбоки дол”) в границите на Природен парк Странджа в противоречие с няколко закона.

По-фрапиращите нарушения са:

- незаконна промяна на предназначението на земята на застрояваните имоти
- липса на съгласуване с режимите и заповедта за обявяване на Природен парк Странджа
- липса на оценка за въздействие върху околната среда (ОВОС)
- издаване и използване на документи с невярно съдържание
- неспазване предписанията на Басейнова дирекция за Черноморски район
- липса на съгласуване с Дирекцията на Природен парк “Странджа”.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Нередности, подобни на описаните по-горе, се случват и въпреки опитите вероятно ще продължават да се случват. Застроява се голяма част от бреговата ивица, но не трябва да забравяме, че морето е за всички и както има място за големите хотелски комплекси, така ще се намери и за любителите на природата. Нима е необходимо изобщо да става дума за такъв вид сблъсъци и абсурди свързани с туризма и застрашаването на природата? Трябва да се помисли за един баланс между двете страни за да може да не се стига до такива безредици. Винаги недоволство ще има, но целта е то да намалее до минимум.

Една такава алтернатива за решаването на проблеми от такова естество е инвестирането в развитието на еко туризма като се обособяват повече къмпинги с прилични условия в разрешените места, тъй като туристите спокойно могат да се насладят на природата, но и да допринасят по някакъв начин и за икономиката на туризма. Екотуристите имат манталитета да опазват околната среда вместо да и вредят и да я унищожават като организират и участват в кампании за почистване, а дори и засаждане на нови дървета. Застрояването на девствените плажове в България, според мен е пречка тъй като те са изключително малко и е важно да ги опазим като такива. Не се търси само лукса на хотелите, но и чара на недокоснатите от външния свят места и винаги ще се намерят хора, които да ги посещават.



## ЛИТЕРАТУРА

[1]<http://forthenature.org/cases/10>

[2]<https://www.24chasa.bg/Article/4031228>

[3]<http://www.nsi.bg/bg/content/7679>

[4][http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2016-03/bg\\_tourism\\_january\\_2016.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2016-03/bg_tourism_january_2016.pdf)





## ЗЕЛЕНИЯТ БИЗНЕС

### THE GREEN BUSINESS

Цветомира Облашкова и Боян Кирилов

спец. Публична администрация  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“

#### Abstract:

*Could business be successful and at the same time sparing resources and environment? Is it possible clean technologies and sustainable models to become a chance for the development of Bulgaria? Is eco- responsible business will be only possible in the future?*

**Keywords:** Green business, eco, innovation, revolution in business

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Асоциацията, която правят повечето от нас, когато бъде повдигната темата за „зелен бизнес“ е една и съща - „отговорно отношение към околната среда“. Погледнато обаче, в дълбочина, това е и отговорния начин на работа на компаниите, търсеци устойчиво развитие, както за своето функциониране, така и за средата, в която оперират, има повече от едно измерение, свързано, например, с намаляване на вредните емисии, или разделно изхвърляне на отпадъците.

За да е успешна идеята за „Зелен бизнес“, тя трябва да бъде вградена в „ДНК структурата“ на компаниите, променяща начина на тяхното функциониране. Не просто инициатива, която да бъде осъществена в допълнение към работния процес, а съвсем нов подход към него.

#### ИЗЛОЖЕНИЕ

За ползите е говорено много – последни проучвания показват, че потребителите в Европейския съюз предпочитат марки, които се грижат за околната и социална среда, в която функционират. Повишаването на печалбите също е ключов елемент. Загрижени все повече за природата, потребителите са склонни да платят по-висока цена за услуга или продукт. Логично тази обвързаност създава положителен имидж на компаниите и увеличава броя лоялни клиенти.

Вътрешно фирмените процеси, също не трябва да бъдат пренебрегвани - служителите, асоцииращи се с конкретната социална кауза, се включват по-активно във



всички работни процеси на фирмата.

Намаляването на разходите за използване на различни ресурси, като електроенергия, също може да подпомогне една компания, да бъде по-конкурентноспособна при тежките финансови условия на пазара.

Компаниите, които избират да следват "зеления път", често установяват, че потребителите искат не само опаковки, които могат да бъдат рециклирани, био продукти и процеси щадящи околната среда, а устойчиви бизнес ценности, отразени във фирмената философия. Това често означава, че бизнес политиката трябва да се промени генерално, включително и вътрешнофирмените отношения, инвестиционни стратегии, произвежданите опаковки, използването на възобновяеми източници на енергия и комплекс от други елементи.

Посланието е ясно - предприятия, които отразяват ценностите на своите клиенти и се отнасят с уважение на обществото е по-вероятно да бъдат успешни.

Трансформацията в „зелена компания“, често обаче изисква не само сериозни, но и умни дългосрочни инвестиции. Много от мениджъри виждат само бързите ползи от зелената концепция, без да осъзнават какви са възможностите, които подобна политика би им донесла в дългосрочен план. Нуждата от инвестиция и липсата на компетенции за поэтапно внедряване на „зелената идея“ в бизнес процесите, плаши много от компаниите. Истината е, че всичко трябва да започва с малки стъпки, като преминаване към електронен документооборот, облагородяване на средата около офиса, разделно събиране на отпадъци, което в последствие да се трансформира в начин на мислене и работа и да спомогне за едно генерално преминаване към по-ефективно използване на ресурсите.

Често, компаниите, желаещи да са в крак със „зелената тенденция“, изкривяват идеята, превръщайки различни каузи в спорадични инициативи, а резултатите от тях в маркетингов трик, подпомагащ позиционирането им на пазара.

Подобно поведение от страна на бизнеса може да бъде наблюдавано и в България. Резултатът е предварително ясен - естествена реакция на клиентите, усетили, че мисленето им се подценява – отдръпване от идеята за зелен бизнес и недоверие към фирми, които промотират този начин на работа. Ефектът се отразява се не само на конкретни фирми, а на цялата икономика и имидж на страната ни на Европейските пазари.

Темата за „зеленото поведение“ в България става все по-актуална и може би



затова е често използвана популистки. Много компании и институции предприемат еднократни действия, които гръмко наричат своя стратегия за развитие с цел опазване на околната среда. Малко са българските фирми, които подхождат наистина стратегически и въвеждат системи за управление на околна среда, измерват екологичния си отпечатък и инвестират в дългосрочни зелени проекти и технологии. А само по този начин те могат да помогнат обществото, могат да убедят хората да променят нагласите и поведението си и да подкрепят зелената кауза.

Все още не е настъпила масова промяна на родния бизнес към зелено мислене, а повечето зелени послания на индустриалните компании са свързани с елементарното прилагане на законодателството, а на тези в сферата на услугите – с желанието на PR отделите им за постигане на зелен имидж, който е изцяло повърхностен и не води до така необходимата промяна в бизнеса. Надявам се, че и гражданското общество малко по малко се ориентира и започва да разграничава истинското от фалшивото, защото т. нар. „гринуошинг“ буквално ни залива от билбордове и телевизии и ориентацията не е лесна. Въпрос на време е и желание за образование от страна на потребителите по темата, за да могат да различават фалшивото, от наистина действащото и подпомагащо самата кауза.

„Зеления бизнес в България, както и в цял свят, е деликатна тема за която не може да се говори откровено, защото тя противоречи на фундамента на капитализма - свободната търговия“.

Всичко свързано с еко-производство, био-продукция, локално и местно земеделие, без химични/изкуствени добавки, е дейност придружена с много трудности. Всички знаем за сериозните промени в климата, водещи до глобално затопляне, застудяване, суша и наводнения. Условиата правят все по-сложно и по-малко печелившо да се произвеждат хранителните продукти по естествен начин. Почти всички производители искат да се застраховат с много химични добавки. Така те са сигурни, че самият продукт ще бъде произведен и това ще ги направи независими от природните или човешки фактори.

Въпреки, че има много дискусии, конкурси и фирми, които наблягат на идеята за зелен бизнес, е трудно да дадем определение за „зелен бизнес“, тъй като в България няма ясно дефинирани стандарти.

Има множеството конкурси на различни медии и организации, за които се създават различни критерии, на базата на които да се отличат зелените компании, за тяхното отговорно отношение. В този тип събития обаче крайния потребител рядко се



явява като участник, а сред отличените трудно можем да видим представители на малкия и среден бизнес у нас. Резултатите от подобни състезания често са красива статуетка и потупване по рамото за големите корпорации.

Трудно видима е и държавната подкрепа за зелената икономика, а резултатите от различни оперативни програми, като тази за развитие на био земеделието, по която са усвоени едва под 10% от предвидените средства.

Например, Министерството на околната среда и водите стартира инициативата „Зелена България“, като част от политиката на държавата за поощряване на екомисленето, и към резултатите, постигнати от Оперативна програма "Околна среда". Инициативите, участващи в кампанията, са от различни области, включително проекти за ликвидиране на замърсявания, облагородяване на различни райони, подпомагане възстановяването на горите и биоразнообразието в тях и т.н.

Тук обаче, както и в повечето конкурси от този тип, ключова дума е „инициатива“. Търсенето на устойчивост и внедряване на зелена политика във всеки аспект на обществото, както и дефиниране на стандарти, често остава на заден план, за сметка на изписаните стратегии и безкрайните обсъждания на добри практики. Създават се стратегически документи, които всички цитират, но никой не разбира, а гражданското общество е включено само на документи.

Въпреки всичко това, в България има доста ентузиастични които искат да правят истински неща. Те са хора които живеят с тази идея от много време или са се завърнали от чужбина там където това се е събудило отдавна. Тези ентузиастични понякога прибегват към някакви субсидии или финансиране за тяхната дейност, а понякога сами с техни ресурси създават тяхното стопанство/производство.

За малките компании, развиващи чисто производство, има твърде много бюрократични спънки. Подобни продукти остават във възможностите на определен тип потребители, а подобен тип бизнес не се стимулира, въпреки че е приоритетен за Европейския съюз.

За да говорим за зелен бизнес, трябва първо да дефинираме понятието. Нашата дефиниция е следната: Един бизнес е зелен или екологично устойчив, когато постига едновременно икономически ръст, ползи за обществото, постоянно намаление на екологично си въздействие във времето и/или ползи за околната среда чрез продуктите и услугите си. Състоянието на абсолютна екологична устойчивост – нулево въздействие върху околната среда и неизчерпване на ресурси – е практически невъзможно в почти



всички браншове, затова зелен бизнес е по-скоро този, който устойчиво се стреми към това състояние. Логическата последователност на стъпките е от значение. Първо се търси начин да се сведе до минимум прякото въздействие на фирмата върху околната среда. После се работи за намаляване на цялостния отпечатък в целия жизнен цикъл на продуктите или услугите. Следващата стъпка е да се предлагат продукти и услуги, които водят до решения на екологичните предизвикателства. Най-накрая може да се търси даже нетен положителен ефект върху природата като се реализира възстановяване или компенсиране на използван ресурс или просто се подпомагат каузи.

Ако се основа на горното определение, трябва да признаем, че в България все още зелените бизнеси са по-скоро изключение. Това обаче не означава, че няма такива. В някои компании има силна тенденция на позеленяване, което съвсем не е само маркетингов трик или заблуда, а реален факт, който е измерим.

Добри практики в посока екологична устойчивост в България има сред големите индустриални компании. Това всъщност е жизненоважно за тях – без този процес днес нямаше да ги има.

### **Какво се случва с предприятията, които не приемат зелената идея?**

Един такъв случай е Кремиковци, който не приема „Зелената идея“ и бива закрит. Подобна ще бъде съдбата на всяка тежка индустрия, която не тръгне към екологична устойчивост навреме.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Вярваме, че това е печелившият модел, както за обществото, така и за компанията. Защото от една страна намаляваме негативното си въздействие върху планетата, като едновременно с това оптимизираме нашите разходи. За нас зеленото поведение не бива да е модна тенденция, или начин да подсилим корпоративния цвят на фирмите, то е отговорното поведение на компанията и нейните служители към околната среда.

Темата за „Зеления бизнес“ е всеобхватна, повдигаща много въпроси и дискусии. Фактите ясно показват, че тенденциите са в посока промяна на мисленето не само на компаниите, а и на всички нас, като общество, на чийто рамене се е паднала тежката задача да запази планетата и нейните ресурси за следващите поколения.

### **ЛИТЕРАТУРА:**

1. <http://www.moew.government.bg/> - Министерство на околната среда и водите



2. <http://www.startitsmart.com/green-business-why-not/>
3. <http://gorichka.bg/> - Интернет портал и блог за еко бизнес

