

Година IX

Книга 3, 2000 година

СЪДЪРЖАНИЕ

<i>Иван Стойков</i> – Икономическите шокове	3
<i>Кенет Кофорд</i> – Граждански ограничения на "левиатанското" правителство: преходни политики в България	30
<i>Иван Върбанов</i> – Икономическата философия на Фридрих Хайек	63
<i>Николай Гълъбов</i> – Разширяване обхвата на облагаемите доходи с индивидуален подоходен данък и намаляване на данъчната тежест	92
<i>Емил Панушев</i> – Взаимодействие между индустриалната структура и външнотърговските отношения	114
<i>Никола Янков</i> – Процесът на фирменото маркетингово развитие в България	140
Резюмета на английски език	172

РЕДАКЦИОННА
КОЛЕГИЯ

CONTENTS

Ст.н.с. д-р МИТКО ДИМИТРОВ (Главен редактор)	<i>Ivan Stoikov</i> – Economic Shocks	3
Проф. д. ик.н. ДИМИТЪР ПАНАЙОТОВ (Зам. главен редактор)	<i>Kenneth Koford</i> – Citizen Restraints on “Leviathan” Government: Transition Politics in Bulgaria	30
Доц. д.ик.н. БОЙКО АТАНАСОВ	<i>Ivan Verbanov</i> – The Economic Philosophy of Friedrich Hayek	63
Проф. д.ик.н. КАЛЪО ДОНЕВ	<i>Nikolay Galabov</i> – Expanding the Range of the Assessable Incomes with Individual Income Tax and Decrease of the Tax Burden	92
Ст.н.с. д-р МАЛИНКА КОПАРАНОВА	<i>Emil Panusheff</i> – Problems of Interaction between Industrial Structure and Foreign Economic Relations	114
Проф. д.ик.н. ИВАН СТОЙКОВ	<i>Nicola Yankov</i> – Marketing Development Process in Bulgarian Busiuness Organizations	140
Проф. д.ик.н. МЕТОДИ КЪНЕВ	Summaries in English	172
Доц. д-р НЕНО ПАВЛОВ		
Ст.н.с. д-р ГЕОРГИ ШОПОВ		
Ст.н.с. д-р НИКОЛА ВЪЛЧЕВ		
Доц. д-р СВЕТЛА РАКАДЖИЙСКА		
Ст.н.с. д-р ТАТЯНА ХУБЕНОВА		
ДИАНА ДИМИТРОВА - секретар		

Редактори:

Христо Ангелов
Ноемзар Маринова

Адрес: Икономически институт на БАН, ул. “Аксаков” № 3, София 1040
Главен редактор: (02) 9875 879, e-mail: m.dimitrov@iki.bas.bg;
Секретар: (02) 9875 879; 989 0595 (в. 824), e-mail: diana@iki.bas.bg

ISSN 0205-3292

© Икономически институт на Българска академия на науките, 2000

ИКОНОМИЧЕСКИТЕ ШОКОВЕ

В студията се изследва влиянието на икономическите шокове. Разгледани са видовете икономически шокове, причините и формите на тяхното проявление. Направена е оценка на проявлението им в условията на страните в преход към пазарна икономика. Представени са възможни подходи и методи за моделиране и оценяване на шоковете и са направени изчисления по данни за българската икономика през периода 1990 – 1997г.

1. Въведение

Шоковете в общия случай представляват резки промени в условията на съществуване и функциониране на реални обекти, които дават отражение върху тяхното състояние и поведение във времето. Те могат да бъдат както външни за разглежданите обекти, така и произтичащи от съществени вътрешни количествени и качествени изменения.

Независимо от произхода им, шоковете в икономиката, когато имат задържащо или отрицателно въздействие, са нежелани. Те внасят нестабилност и несигурност по отношение развитието на икономическите процеси и обекти, а понякога имат висока икономическа и социална цена. Повечето кризисни ситуации са предизвикани от комплексни шокови въздействия с широк обseg. Поради това стремежът е да се избягват, доколкото това е възможно, или поне да се намаляват последиците от тях. Но не винаги шоковете в икономиката могат да се избегнат. Познаването на причините и условията за проявлението им, обхватът, начинът и силата на влиянието им дава възможност да се намаляват отрицателните последици от тях.

Нашата икономика през последните години е под силното влияние на мащабните промени, извършващи се в страната и вън от нея. В продължение на десетилетие се чувстват отрицателните промени, следствие на натрупани през продължителен период противоречия. Част от тях се дължат и на икономическата политика, провеждана през изтеклия период. Стремежът към установяване на стабилност и балансираност налага да се отстраняват във възможно най-голяма степен появата и влиянието на икономически шокове.

Шоковете в икономиката са обект на задълбочени и многостранни изследвания. Причина за това са значимите последици върху начина на протичане на икономическите процеси и резултатите от стопанската дейност. Изучаването на шоковете, причините за появата им, начините на протичане и

¹ Иван Стойков е проф. д.ик.н. в Икономически институт на БАН, секция "Макроикономика", тел: 9850595 (в. 835, 856), факс: 9882108.

последствията от тях позволяват, доколкото това е възможно, да се избягват, да се намалява силата и отрицателните им последици.

В изследванията си авторите се стремят преди всичко да разкрият особеностите и свойствата на икономическите шокове в различни области. За тази цел се използват модели на шоковете, основаващи се на данни за минали периоди. Има опити за предсказване на появата им, основаващи се на прогнозни очаквания.

Изследване влиянието на вътрешните и външните шокове за Мексико и Колумбия е направено от Joise P. Joseph и Linda Kamas.² В него се анализират ефектите от външни промени, въздействащи върху икономиките на тези страни. Вниманието е насочено към влиянието на лихвения процент в САЩ, паричното предлагане, капиталовите потоци, производството и цените на нефта и кафето. Съставен е модел, който представя връзката между вътрешните и външните променливи. Тъй като нашата страна е в подобна на ситуацията в тези страни, получените резултати могат да бъдат полезни при изучаване влиянието на външните шокове у нас. Към същата група се отнасят и изследванията на шокове на вноса и износа и отражението им. В своето изследване Belke Angars и Daniel Gros³ са насочили вниманието си към влиянието им върху заетостта. Шокове, произтичащи от външни влияния – търговия и чуждестранни капиталови постъпления и разменен курс са разгледани от Devaraijan Shantayanan, Jeffrey D. Lewis и Sherman Robinson.⁴

Обект на изследване са и шокове на търсенето и предлагането. William A. Bomberger и Gail E. Makinen⁵ намират тясна връзка между шоковете на предлагането и общата инфлация. В изследване на Alessandra Casella⁶, вниманието е насочено към цените. Анализ на варирането на лихвените проценти на паричния пазар във Великобритания, Франция и Испания във връзка с икономическите шокове е публикуван от Yuan Ayuso, Andrew G. Haldane и Fernando Restoy. Варирането на растежа на парите, на доходите и на търсенето на пари в обединена Германия се разглежда от Imke Bregmann и Dieter Nautz.

Шокове, свързани с инфлацията, изследва Robert Anderton⁷, който описва перманентни шокове, предизвикани от инфлация. Втората студия е насочена към влиянието на инфлационните шокове върху дейността на фирмите.

Често обект на изследване са шокове, дължащи се на технологични промени и нови изобретения. Тук са отнасят публикациите на Boyan

² Joise J. P., L.Kamas, The Relative Importance of Foreign and Domestic Shocks to Output and Prices in Mexico and Colombia, *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 133(3).

³ Belke A., D. Gros, Estimating the Costs and Benefits of EMU: The Impact of External Shocks on Labour Market, *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol.135(1).

⁴ Devarajan S., J. Levis, Sh. Robinson, External Shocks, Purchasing Power Parity, and the Equilibrium Real Exchange Rate, *The World Bank Economic Review*, Vol.7,1.

⁵ Bomberger W., G.E. Makinen, Inflation and Relative Price Variability: Parks Study Reexamined, *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 25, N4,1993.

⁶ Casella A., Testing for rational bubbles with exogenous or endogenous fundamentals, *Journal of Monetary Economics*, 24,1989, 109-122.

⁷ Anderton R., Did the Underlying Behaviour of Inflation Change in the 1980's? A Study of 17 Countries, *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 133 (1), 22-38.

Jovanovic⁸, David Aldofado и Glenn M. MacDonald⁹, на Stephen Parente и Edward C. Prescott¹⁰ на Bart Verspagen¹¹ и на Giovanni Dosi¹². Изследва се както положителното, така и отрицателното влияние на технологичните шокове. Анализира се и въздействието им върху цикличността на икономическите процеси.

Прегледът на литературата показва многостранното проявление и влияние на икономическите шокове, както и особеното внимание към тях. Може да се направи изводът, че в своето динамично проявление шоковете, независимо от породилите ги причини, протичат под силното въздействие на конкретните условия. Те се влияят чувствително от вътрешната и външната икономическа, политическа и социална среда.

2. Класификация на икономическите шокове

В съответствие с областта, в която се появяват, причините и начините на протичане, се разграничават различни видове шокове. Те могат да бъдат еднократни, а също и повтарящи се повече от един път. Многократно повтарящите се шокове внасят цикличност в поведението на икономическите агенти. Между шокове от различно естество може да има причинноследствена връзка. Тогава появата и начинът на протичане на единия от тях оказва влияние върху появата, протичането и влиянието на свързани с него шокове от друго естество.

Най-общото деление е на вътрешни, предизвикани от вътрешни за страната фактори, и външни – предизвикани от външни фактори. Според честотата на поява се разграничават систематични (периодични) шокове и несистематични, регулярни и нерегулярни. Такива могат да бъдат шокове, появили се в различни области на икономиката.

Съвкупността от шокове, които дават отражение върху сегашното състояние на страната, може да се представи със следната класификация.

Институционални шокове, свързани с:

- отношението и поведението на държавата към икономиката и икономическите субекти;
- промени в икономическата политика на държавата;
- съществени изменения в законодателството и законовата основа на функционирането и управлението на икономиката;
- промяна на отношението към собствеността, принципите на нейното формиране и реализиране;
- външната политика и произтичащите от нея външноикономически отношения.

⁸ Jovanovic B., The Life Cycle of a Competitive Industry, Journal of Political Economy, 1994, Vol. 102, N2, 323-347.

⁹ Andolfatto D., G. M. MacDonald, Technology Diffusion and Aggregate Dynamics, Review of Economic Dynamics, 1, 338-370, 1998.

¹⁰ Parente S., E. Prescott, Barriers to Technology Adoption and Development, Journal of Political Economy, 1994, Vol. 102, N2, 298-321.

¹¹ Verspagen B., Estimating International Technology Spillover Using Technology Flow Matrices, Weltwirtschaftliches Archiv, 1997, Vol. 133, 227-247.

¹² Dosi G., Opportunities, Incentives and Collective Patterns of Technological Change, The Economic Journal, 107, 1997, 1530-1547.

Социално-психологически:

- промени в социалната структура на обществото и отношенията между социалните групи;
- идеологически движения, засягащи големи части от населението с отражение върху общественото отношение към социалната и икономическата реалност;
- психологически шокове, свързани с нагласата на субективния фактор за възприемане на икономическата политика, състоянието на икономиката и мястото на социалните групи в обществото.

Икономически шокове:

- произтичащи от външноикономическата производствена и пазарна среда;
- дължащи се на вътрешни за страната макроикономически процеси, като инфлация, девалвация, условия на кредита, динамика на паричните агрегати, инвестиции, финансови пазари;
- вследствие от резки финансови сътресения, динамика на цени, конкуренция.

Технологически шокове - отраслови (браншови), като израз на технологични новости в бранша, вследствие на които настъпват чувствителни размествания на пазара с обратно въздействие върху производството.

Според обхвата им могат да се разграничат *регионални* - шокове, специфични за икономиката на отделни райони и *глобални* – имащи широк обseg.

Отделните видове и групи шокове имат своите специфични свойства, условия за проява и начин на протичане, област и степен на въздействие. Част от тях са взаимносвързани и действат в определена степен на функционална и повременна обвързаност, а други имат самостоятелно проявление.

3. Шокове в периода на преход към пазарна икономика

3.1. Обща характеристика

Страните в преход през изтеклия вече десетгодишен период изпитваха и продължават да изпитват съществени шокви въздействия, които се отразяват на техните икономики и социално развитие. Една част от тези въздействия са специфични за тази група страни, а друга част са с регионален или глобален обseg. Едновременно влияние на двата вида шокове усилва тяхното влияние и усложнява икономическите проблеми на страните в преход.

Периодът на преход към пазарна икономика, който се осъществява сега у нас и редица други страни, протича в условия на силни политически, социални и икономически сътресения. Вследствие на тях икономиките на съответните страни понасят значителни отрицателни последици, които се изразяват предимно в нарушаване на вътрешни и външни икономически връзки, непълно използване на производствения капацитет, намаляване на производството, освобождаване на работна сила и рязко нарастване на безработицата, спад на доходите на населението, значителен бюджетен дефицит и външна задлъжнялост. Пряко или косвено с тях са свързани и

редица други отрицателни въздействия. Всичките те, разглеждани в цялост и в тяхното взаимодействие, създават акумулиращ се отрицателен ефект върху националните икономики. Много външни въздействия, дължащи се на политическите и социалните промени в страните от ЦИЕ, в т.ч. войните предизвикани от разпадането на бившата Югославия, станаха причина за изостряне на кризисните ситуации.

У нас трудностите, съпътстващи вътрешното преустройство, нараснаха значително. Забави се процесът на приспособяване към новите условия. За това допринесоха и продължителната политическа нестабилност и бавното преустройство на държавните институции. Нестабилната среда се оказва благоприятна почва за спекулативно оцеляване на държавните фирми и държавата. В резултат се стигна до висока степен на вариране на икономическата среда, дебалансираност и неравновесие на икономиката. Икономически трусове от различен характер – производствен, финансов, валутен и т.н. са типични за периода до установяването на валутен съвет.

Независимо от предизвикващите ги причини, резките промени в икономическата среда протичат в определена взаимна обвързаност. Те намират израз в синтезиращите макроикономически параметри. Стойностите на тези параметри варират, отразявайки външните и вътрешните въздействия. Чрез тях се описва състоянието към даден момент и могат да се изразят последиците, като съвкупен резултат от множеството въздействия.

Приспособяването към новата среда е възможният изход от неблагоприятната ситуация, предизвикана от шоките сътресения. То е процес, продължителността на който зависи от характера и силата на шоките, адаптивността на икономиката и способността ѝ да мобилизира своите ресурси за преодоляване на отрицателните последици. Не се изключва възможността предизвиканите от шокове икономически промени да станат основа за благоприятни тенденции и резултати.

Фактите от изминалия период показват, че в условия на икономически сътресения, чрез взиманите управленски решения, ролята на държавата нараства значително. Докато политическите и социалните промени имат косвено влияние върху икономиката, въздействията упражнявани чрез икономическите решения, или резултат на външни промени в икономическата среда, имат по-непосредствено влияние и последици. Шоковете, като следствие на управлението, могат да се дължат както на действия, така и на бездействие от страна на управляващите органи.

Икономическите решения могат да се отнесат в две групи. В едната се включват част от нормативните решения под формата на закони и подзаконови актове. Втората група обхваща тези, които се отнасят до стойностите на основни макроикономически параметри с регулиращо въздействие. В условията на монетаристичния подход на управление, варирането на стойностите на тези параметри оказва чувствително въздействие върху икономическата среда и поведението на икономическите агенти.

Икономическите шокове в общия случай могат да имат двупосочно – отрицателно или положително влияние. В резултат на тях могат да се създадат както трудности, така и благоприятни условия за развитие на стопанската дейност в перспектива. Но резките промени в условията на

функциониране на икономиката, независимо от техния източник и цели, като правило се съпътстват предимно от отрицателни преки последици върху състоянието на националното стопанство. И в случаите когато тези промени са в благоприятно направление, могат да се появят временни сътресения, като следствие от налагащи се преустройства, реструктуриране и пригаждане към новите условия. Икономиката, която е силно инерционна система, трудно се приспособява към често променящите се условия. Всяко адаптиране към променената ситуация е свързано с финансови, организационни и психологически напрежения. Времето за адаптиране между два последователни шока, осъществени в кратък интервал, се оказва понякога недостатъчно за изграждане и утвърждаване на ефективни стопански връзки и взаимодействия. Създадените се разрушават преди да са се наложили и да са получили икономическа реализация. Към ефекта от първия шок се добавят последващи шокви въздействия, които в условията на взаимодействие имат усилващ се ефект. Икономическата нестабилност се съпътства с висока степен на неопределеност и риск. Финансовите сътресения и несигурност са неин основен белег.

Резките социално-икономически промени, които настъпват през преходния период, предизвикват шокове, отразяващи се в цялата икономика на страната. В тях се отразява общият ефект от настъпилите промени в политическата обстановка през този период, промените в международните икономически взаимоотношения и вътрешното социално-икономическо преустройство. Израз на тези промени са спадът на производството, финансовите проблеми на национално и фирмено равнище, силното вариране на инфлацията, валутния курс и лихвения процент, безработицата, спадът на доходите и потреблението на населението.

Шоковете, породени от различните фактори, намират синтезиран израз в макроикономическите параметри. В тях се отразява взаимодействието на множество текущи и предходни шокви въздействия. Глобалният шокви ефект към даден момент съдържа както преките последици, така и разпределените във времето шокви влияния.

Шоковете на прехода най-силно се почувстваха от фирмите. Те понесоха преките последици от преустройството, като същевременно изпитваха натиска, породен от глобалните за страната икономически, социални и политически процеси. Дейността на фирмите до голяма степен е в зависимост от средата и условията, в които функционират. А те се изменят в повечето случаи рязко, като промените протичат с голямо вариране под влияние на случайни и непредвидими въздействия, в т.ч. и в неблагоприятна посока. При такива условия част от фирмите са силно уязвими, докато други могат да бъдат облагодетелствани. Затова е висок делът на фирмите, които преустановяват своята дейност, вкл. и с фалит.

На фирмено равнище последиците от едни или други въздействия имат многообразно изражение. Въпреки че трябва да се очакват еднакво отражение и реакция, поведението на фирмите при еднаква шокви ситуация е различно. Държавните фирми в повечето случаи понасяха по-големи щети, често в полза на паразитно съществуващи частни фирми. В резултат показателите за дейността им рязко се влошиха, което даде отражение върху цялата икономика.

3.2. Шоковете на прехода у нас

Преходът към пазарна икономика в бившите социалистически страни има много общи прояви, дължащи се на сходството на системите и тясната им икономическа обвързаност до началото на прехода, общите цели и тенденции в процеса на неговото осъществяване. Много от изводите, направени за други страни, важат и за нашата икономика. Резултати от изследване за Чехословакия, Унгария и Полша, направено от Estrin Saul, Alan Gelb Inderjit Singh¹³, показват състоянието и поведението на фирмите в тези страни. Наред с това, те дават възможност за сравнителен анализ на фирменото развитие у нас в условията на прехода. Авторите са наблюдавали 43 фирми през периода 1990 г.- 1992 г., когато фирмите започват да се преустройват. Констатира се, че ниското равнище на жизнеспособност и слабото управление на част от фирмите, оказват задържащо влияние. Разработват се предимно краткосрочни стратегии. Дългосрочни стратегии имат малка част от фирмите и разработването им е свързано с процесите на приватизация. Малко внимание се отделя на поведението и избора на фирмите в новата пазарна среда.

Като условия за успешен преход в литературата се смятат:

- макроикономическата стабилизация;
- либерализацията;
- приватизацията;
- институционалната реформа.

С основание може да се приеме, че тези условия важат и за нашата страна.

Какво показва прегледът на протичането на тези процеси в България?

В нашата литература са представени голям брой изследвания и анализи общо за икономиката на страната, за отделни отрасли и за фирми през периода на преход.¹⁴ Те, наред с анализа на данни и факти от гледна точка на икономическите шокове, позволяват да се направят обобщени заключения относно конкретни процеси и проблеми.

A/ Относно макроикономическата стабилност

Икономическа стабилност и шокове, като състояния на икономиката във времето, са свързани. Икономическата стабилност се определя от дългосрочното поведение и развитие на икономиката, от нейните перспективи. Шоковете са временни състояния на резки промени, засягащи отделни сектори или цялата икономика. Икономическата стабилност е свойство на икономиката да продължава своя начин на функциониране, разглеждан в дългосрочен аспект, въпреки шоките въздействия.

Степента на устойчивост се характеризира с величината на отклоненията, дължащи се на икономическите шокове. При еднакви по

¹³ Estrin S., Gelb A., Singh I., Shocks and Adjustment by Firms in Transition: A Comparative Study, Journal of Comparative Economics, 21, 1995, 131-153.

¹⁴ Изследванията върху динамиката на икономическите процеси у нас през последните години са извършвани и публикувани ежегодно от колектив на Икономическия институт на БАН с ръководител чл.кор. Иван Ангелов.

съдържание и сила шокове, по-устойчива е тази икономика, която ги преодолява с по-малко отклонения от траекторията на дългосрочно развитие и с по-малък разход на обществена енергия.

Стабилността на икономиката може да се разглежда като единство на шокове и устойчивост. Стабилна е тази икономика, която не допуска, преждевременно отстранява шокови ситуации, а при наличие на такива успява да стабилизира своето развитие в приетата насока.

Стабилността на икономиката е комплексна характеристика. Като система, икономиката е единство на общото и частното. Нестабилното поведение на отделни икономически сегменти нарушава устойчивостта на цялата икономика. Общоикономическата нестабилност дава отражение върху всички сектори.

У нас, макар и условно, за макроикономическа стабилност може да се говори едва след въвеждането на валутния съвет. За икономиката на страната през периода 1990-1997г. е характерна силна нестабилност. Основание за това твърдение дават високата степен на инфлация, силното вариране на валутния курс, динамиката на цените, спадът на производството, на заетостта. Изследванията в тази област разкриват влиянието на множество вътрешни и външни, икономически и политически фактори. За стабилност след въвеждането на валутния съвет може да се говори по отношение на инфлацията и валутния курс. Относителна стабилизация се постигна в банковата сфера. Но в областта на производството, вноса и износа, заетостта, собствеността и социалната сфера остават нерешени проблеми със съществено значение, които са потенциален източник на сътресения и нестабилност.

Б/ Ролята на либерализацията

Либерализацията у нас при сегашните условия може да се разглежда като "свобода за стопанска дейност", "свобода на инициативата", отвореност към външни фирми и инвестиции. От законодателна гледна точка това е налице. Но за стопанска дейност са нужни капитали, подготвени кадри и много други условия. обстоятелствата не дадоха възможност на държавните фирми да се възползват от либерализацията. Обратно, те бяха притеснени от частни фирми, които в много случаи паразитно използват ресурсите им. Държавата не взе необходимите мерки да защити своята собственост. Политическите среди създаваха обществено настроение против държавната собственост, против намесата на държавата в управлението на икономиката. Тази собственост често беше сочена като една от злините за икономическата криза. В действителност, капиталовите основи на частния сектор се изградиха върху държавната собственост. Доколкото това е закономерно, то можеше да стане по-добре регулирано, с много по-малък разрушаващ ефект.

Така както беше осъществена, либерализацията се оказа най-благоприятна за чуждия капитал. Това, че той навлиза бавно се дължи на фактори, които в голяма степен не са икономически, а също и на конкуренцията от други страни в преход, които по редица критерии се оказаха по-привлекателни.

Либерализацията даде законова възможност за стопанска инициатива. Но финансовите и материалните условия за широкото ѝ разгъване не бяха

създадени. За това говори големият брой закрити новосъздадени фирми и съответно малкият брой на просперирали дребни фирми. Бавно се изгражда организационната структура на пазарната икономика, която да осигури съществуването и развитието на фирмите при реални пазарни отношения.

В/ Влиянието на приватизацията

Този процес протича противоречиво. В него се отразяват политическите цели и интересите на различните правителства, икономически и политически групировки. Осъществява се и под въздействието на външни икономически и политически интереси.

Приватизацията на държавната собственост (фирми и имущество) се осъществява в много случаи в противоречие с икономическите и социалните интереси на държавата. Осъществява се едва ли не по девиза "приватизация на всяка цена". Държавните фирми и предприятия, ограбени и потънали в задължения, за което не се търси отговорност, се продават на цени значително под реалната им стойност. Вместо да се търси възстановяване на нанесените щети, дълговете на предприятията се поемат от държавата и се компенсират с ниски продажни цени със всички отрицателни последици върху икономиката, доходите и жизненото равнище.

Финансовите проблеми пред фирмите са една от проявите на шока, свързан с промяната на собствеността. Друга съществена страна е нарушаването на производствения режим и рязкото съкращаване на производството. Загубата на външни пазари и стесненият вътрешен пазар не са единствената причина за това. Промени се ролята на субективния фактор. Некоректното придобиване на собственост, противопоставянето на собственици и наети, несигурността относно заплащането и заетостта, промяната на психологическата нагласа за работа, всичко това са своеобразни психологически шокви въздействия, които дават своето отражение върху производствената дейност.

Независимо от начина на осъществяване, приватизацията в основни линии е на път да приключи. Оттук нататък частният сектор ще бъде в основата на националната икономика. Пред нас стои въпросът "създадени ли са необходимите условия за неговото рационално функциониране?". Също така стои и въпросът за взаимоотношенията между държавата и частните фирми, за икономическите и законодателните лостове, чрез които тя ще осъществява регулиращи въздействия и ще направлява развитието на националната икономика. В аспекта на икономическите шокове проблемът е как ще се осигурява устойчивост и равномерност в икономиката, как ще бъдат преодолявани външните и вътрешните шокви влияния. Държавното управление трябва да разполага както с регулативни възможности, така и с реални финансови, организационни и други ресурси.

Г/ Институционалната уредба

Съществуващата към 1990 г. законова уредба и институционална структура бяха непригодни за новите условия. Нужно беше те да се преустроят в съответствие с новата икономическа организация и целите на преустройството. Но и този процес попадна под влиянието на променящите

се политически и икономически интереси и концепции на последователно сменящите се правителства и правителствени структури.

Законовата уредба претърпя съществени промени, насочени към утвърждаване на частната собственост и пазарните условия. Но това ставаше със съществени недостатъци в приеманите нормативни актове, които допускаха противоречия и задоволяване на частни интереси, като задържаха ефективното им действие. Множеството последващи изменения и отмяната на приети закони е доказателство за несъвършенство към момента на приемане.

Що се отнася до институционалните структури, тук се налагаха съществени изменения, естеството на които не позволяваше бързото реструктуриране и оказване на пряко въздействие. Необходима беше промяна на функциите на държавните управляващи органи, създаване на нови държавни и недържавни институции, като органи за регулиране, направляване и организиране на стопанската дейност.

Болезнено върху цялата икономика се отрази несъвършенството на банковата система, допуснала разграбване на средства, които бяха потенциални капитали. Финансово-кредитната дейност все още не дава нужния принос за развитие на националното стопанство. Забавя се утвърждаването на капиталовите пазари, като източник на финансови средства за развитие на стопанска дейност.

Отрицателното отношение към планирането и регулирането, често разглеждано като присъщо само на централизираната икономика, също дава своето отражение върху управлението на икономиката. Подценява се ролята на програмите за национално икономическо развитие. Ниска е инициативността на управлението за активизиране на националното производство.

Разглеждани като основа на икономическата реформа през периода след 1990г., тези четири фактора не можаха своевременно и категорично да допринесат за нейното ефективно протичане. Допуснатите отклонения и пропуски забавиха и усложниха реформата, многократно повишиха обществената ѝ цена. По отношение на фирмите не можаха да се създадат благоприятни условия за тяхното функциониране, укрепване и приспособяване към условията на новата пазарна среда. Самата пазарна среда се създаваше в условия на силна противоречивост, несигурност, използване на силови, неикономически средства.

Д/ Промените на продуктовите пазари

Големите промени в резултат на разпадането на социалистическата система нарушиха създадените икономически структурни връзки между страните. Това се отрази особено силно на производствата, ориентирани, според установената специализация в СИБ, към износ на продукция. Почти всички по-големи фирми загубиха своите пазари. Особено силно това се почувства в областта на каростроенето, електрониката, електротехниката, металообработването. Отпадна защитата на затворената система, която осигуряваше печеливш износ на продукция под средното световно равнище в техническо отношение. На бившите социалистически пазари се явиха

доставчици на по-евтина и по-качествена продукция. Нашите предприятия в кризисните условия на прехода, при ниско технологично равнище и остаряла техника, издържащи голям брой вече ненужни работници не са конкурентноспособни. Пазарните цени на тяхната продукция са близки, а понякога и под равнището на производствените разходи. Съществуването им се осъществява с голямо напрежение и социални конфликти. Оставени сами на себе си и с големи задължения много от тях, при нормални условия, трябваше да фалират. За част от предприятията това беше последното управленско решение.

Вътрешният пазар в процеса на прехода е силно стеснен. Българските фирми са притеснени от навлизането на чуждестранни стоки, които въпреки недоброто качество са привлекателни с по-ниските си цени. Наред със загубата на външните пазари, това ограничи още повече възможностите на фирмите-производители за пласмент на продукция. Намалената реализация влоши финансовото състояние и засили безперспективността на фирмите. Хаотичното изменение на цените засили несигурността им. Повишаването на цените с цел намаляване на риска допринесе за намаляване покупателната способност на населението, която и без това е ниска.

Дребните фирми в тази ситуация чувстваха допълнително натиска на икономически групировки, заели позицията на посредници между производството и реализацията на продукция. Ножицата между изкупни и продажни цени се отвори за някои стоки значително над нормалното. Търговските посредници се утвърдиха като звено, което диктува цените, установявайки монопол спрямо производителите и на пазара.

Сравнително малък брой фирми, предимно такива с национално значение и монополно положение, успяха да се приспособят към условията на пазара и да функционират ефективно. Обновяване на продукцията и технологиите е реалният изход. Но за това са нужни финансови ресурси, както и перспективно виждане за развитието на предприятията.

3.3. Фирмите в условията на шокове

В хода на реформата фирмите придобиха по-голяма управленска и финансова самостоятелност. Независимо от положителните очаквания, това се отрази отрицателно върху държавните фирми, т.е. те се оказаха в шокова ситуация. От условия на силна централизация, на централно планиране, финансиране и снабдяване, те изведнаж се озоваха в обстановка, в която сами трябва да решават всички свои проблеми, и то в неблагоприятна политическа, икономическа и социална среда.

В общия случай управленската и финансовата самостоятелност се оценяват положително. Но това е при нормални условия. У нас, в началото на преустройството, на предприятията бяха прехвърлени задължения на техните висшестоящи организации (ДСО). Предприятията не разполагаха с финансови ресурси за осъществяване на дейността им – до тогава основната част от печалбата се изземваше и разпределяше централизирано; нямаша право да притежават валута. При отсъствие на собствени средства те можеха да се снабдяват с необходимите им суровини, материали и полуфабрикати с отсрочено плащане или банкови заеми при високи лихви. Недостигът на оборотни средства затрудняваше изплащането на работните заплати.

Съкращаването на работници беше възможно само в определени граници. Пред предприятията възникнаха проблеми, с които те нямаха готовност да се справят самостоятелно поради отсъствието на финансови средства и несъответстваща на реалността организация. Към това се добавя и попадането им в обсега на паразитни групировки, изземващи значителна част от реализираните доходи. Финансово самостоятелните предприятия се оказаха почти изцяло под тежестите на високата задлъжнялост и ниска ефективност. Тази самостоятелност се оказа на практика фиктивна.

В своята дейност държавните фирми до приватизирането им са подложени под постоянно напрежение, предизвиквано от неизвестността от множеството разигравани варианти на приватизиране и преплитачи се интереси. В действителност до момента на тяхното приватизиране предприятията не могат да действат самостоятелно за своето перспективно развитие. Условието, при които са поставени, не стимулират укрепването и финансовото им стабилизиране. Техната перспектива е приватизация и стремежът е изцяло към краткосрочните интереси на управляващия състав. Целта е оживяване, а често – обогатяване за сметка на предприятието. За това допринася отсъствието на резултатен контрол върху дейността и разпределението на доходите.

Неяснотите относно приватизацията имат ролята на деструктуриращ, разстройващ фактор. Ниската степен на рентабилност, несигурността относно бъдещето не позволяват на предприятията да извършват структурни и технологични подобрения, в повечето случаи наложителни. През целия период до момента на приватизацията, а и дълго след него те са в особено тежка ситуация, която може да се определи като шокова, или по-точно – многошокова.

Отрицателно отражение върху дейността и състоянието на държавните фирми дава заниженият контрол от страна на държавните органи. Под различни форми, законни и незаконни, държавните предприятия са ощетявани. Най-често това е чрез преливане на средства в паралелни частни фирми, играещи ролята на партньори на входа и изхода. Голям е броят на случаите на финансови нарушения, чрез които държавните предприятия поемат задължения в интерес на частни фирми.

Приватизираните предприятия също изпадат в шокова ситуация, като следствие от интересите, целите и управлението на новите собственици.

За частните фирми въпросът за управленската самостоятелност е предварително решен. Но що се отнася до финансовата самостоятелност, фирмите са поставени в различни условия. Тези с малки финансови ресурси са силно зависими от икономическата ситуация. За тях сравнително слаби колебания в условията на икономическата среда могат да се окажат шокове със значими последици. Това се потвърждава от изследването за Полша, Чехия и Унгария. Управленската самостоятелност позволява по-голяма гъвкавост на фирмите. При наличие на достатъчно финансови ресурси и на финансова независимост, фирмите могат да имат висока степен на адаптивност към изменящите се условия и да преодоляват шоквете.

Шокови сътресения предизвиква и нарушаването на технологичните производствени връзки между фирмите. Закриването на част от тях, промените в структурата на продукцията, финансовите затруднения станаха

причина за нарушаване на съществуващите връзки по линия на производствените доставки. През първите години това беше истински шок за много предприятия. Слабото функциониране на капиталовия пазар, недостигът на средства у фирмите и ограничените възможности за банкови кредити забавят тяхното преустройство. Очакванията за външни постъпления на капитали не се оправдаха както по отношение на фирми партньори, така и по отношение на мащабите, сроковете и цените на предприятията. Приносът на преките и портфейлните чуждестранни инвестиции е недостатъчен за да се даде тласък в посока на ускорено развитие икономиката на фирмите и страната в цялост.

По данни на Националния статистически институт към началото на 1998г. само 78.9% от регистрираните 453282 фирми развиват дейност. Останалите в по-голямата си част не са започнали своята дейност, ликвидирани са или са в процес на ликвидация. Част от дейността си фирмите осъществяват под формата на скрита икономика. По подробният анализ на структурата им по отношение на техните, мащаби, финансови показатели, стопански взаимоотношения и други показатели би показал действителното състояние. Тъй като няма регулярна статистическа информация, за него може да се съди по частични сведения относно обема на продукцията, финансови проблеми, заетост на работници, работни заплати и други публично обсъждани въпроси. На тази основа се създава впечатление за ниска доходност, нестабилност и несигурност на голяма част от фирмите.

Шоковете влияят пряко и косвено върху цените на фирмите. Към даден момент тя се определя от нейното състояние и това на средата, в която функционира фирмата. Състоянието ѝ към определен момент се описва от съвкупност от параметри. Към тях се отнасят :

- очакваните в дългосрочен план постъпления (печалби) от фирмата (приведени към еднаква равностойност);
- размерът на получаваните дивиденди;
- възвращаемостта на капитала;
- възстановителната стойност на фирмата, оценявана към момента;
- пазарната цена на акциите на фирмата, респ. отношението ѝ към номиналната стойност на акциите;
- инвестиции във фирмата.

От тях в основни линии зависи цената на фирмата към даден момент. Ако стойностите на тези параметри през интервала t се представят с вектора $H(t)$, а цената на фирмата с $V(t)$, то

$$V(t) = V(H(t)).$$

Измененията на параметрите на фирмата ще отразяват влиянието на шокови въздействия от страна на елементите на вектора $H(t)$. За определените по-горе параметри има основание да се очаква известна еднопосочност на влиянието. Отрицателните изменения на параметрите влияят отрицателно върху цената на фирмата. Съпътствието в стойностите им ще предизвиква усилващ се от взаимодействието ефект върху цената на фирмата. По-ниските дивиденди влияят върху цената на акциите и върху инвестициите, а дивидентите от своя страна са зависими от възвращаемостта на капитала. Когато тези параметри се изменят в

неблагоприятно направление, това ще влияе за намаляване на очакваната сегашна стойност на фирмата. По подобен начин положителните промени на оценките на параметрите влияят за повишаване цената на фирмата.

Същият подход дава възможност да се анализира влиянието на външните шокове върху състоянието, поведението и цената на фирмите. Еднаквостта на външните шокове за всички фирми позволява сравнимост между отзвук в поведението на която и да е от тях. Наред с общите въздействия, ще има и специфични, като израз на различието в състоянието и управлението на фирмите. Сравнителният анализ ще покаже как се изменят фирмените параметри под влияние на външни шокове в съчетание с текущите стойности на параметрите на фирмата.

4. Модели на икономическите шокове

4.1. Икономическите шокове като обект на моделиране

Изучаването на произхода, същността и влиянието на икономическите шокове, което е особено необходимо за ефективно управление на стопанската дейност както на национално, така и на фирмено равнище, налага разглеждането им от различни аспекти. Въпреки многото общи черти, те са различни по своето естество – област на проявление, причини за възникване, начин и сила на въздействие, последици. За да се разкрият характерните черти на икономическите шокове е необходимо да се познават както общите свойства и закономерности, така и специфичните особености в тяхното проявление.

В моделите на икономическите шокове се отразяват съществените им свойства. В зависимост от причините, които са ги предизвикали, се разграничават модели на еднофакторни и многофакторни шокове.

Абстрактно шоковете могат да се представят като импулси, които оказват влияние върху икономически обекти. Те могат да бъдат предизвикани от икономически или други процеси. Обект на шоковете са икономически обекти – национална икономика, част от нея, фирмена икономика. Шоковете протичат във времето, имат известна продължителност, която определя и тяхното въздействие. Силата и начинът на протичането им определят поведението и траекторията на развитие на засегнатите икономически обекти. Влиянието на шоковете се представя с един или повече параметри на обектите. Като правило то се простира върху повече от една страна от дейността им, което го определя като комплексно.

Наред с деленето на шоковете на вътрешни и външни за разглеждания процес, в зависимост от тяхната повтаряемост се разграничават еднократни и многократни или серийни. Еднократните не се повтарят в рамките на даден период. При серийните шокото въздействие се повтаря многократно, като запазва своите характерни черти.

За управлението на икономическите процеси при наличие на шокони влияния съществен момент е случайността. Случайни могат да бъдат както техните източници, така и моментът на поява, силата, начина и продължителността на влияние. В резултат случайни ще бъдат и откликите, доколкото предварително не се знае състоянието, в което ще бъде процесът в момента на поява на шока, от което също зависят последиците от него.

Неопределеността на шоките ситуации е по-голяма в случаите, когато те са следствие на повече фактори и влияят върху различни страни на икономическите процеси.

Към особеностите на шоките въздействия се отнася и продължителността на влиянието им във времето, която също има случаен характер. В едни случаи те са краткотрайни, докато в други въздействието им продължава в течение на по-голям период. При серийните и продължителни шокове е възможно натрупване на влияния на последователните шокове, с което се усилява въздействието.

Според произхода и обсега на влиянието им, при моделирането шоките могат да се разглеждат като общоикономически (на национално равнище), отраслови и фирмени. Допустима е последствена връзка между тях. Фирмените шокове са свързани предимно с влияния върху размера на производството, снабдяването и реализацията, доходите и печалбата. Произходът им може да бъде различен. Особено значими са шокове предизвикани от структурни и организационни преустройства, каквито са отделяне или ликвидиране на части, сливания или придобивания от други фирми.

На шоките влияния обикновено се гледа като на отрицателни явления. В общия случай те могат да имат както отрицателни, така и положителни последици. Възможно е и двустранно отражение, когато се разглежда влиянието им върху два или повече процеса.

Свойствата на икономическите шокове определят начина, посоката и силата на влиянието им. От тях зависи и поведението на обектите, върху които се отразява въздействието им, респ. управленските решения.

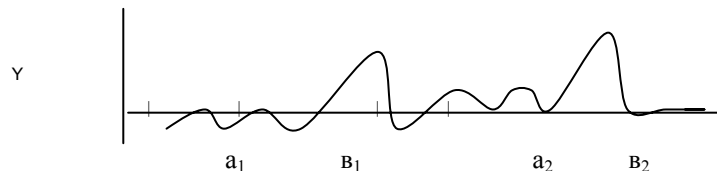
В общия случай, шоките въздействия формират част от средата, в която фирмата функционира. Ако $S(t)$ е вектор на състоянието на средата през интервала t , променливите, изразяващи шоките въздействия, ще бъдат част от неговите елементи. Стойностите на зависимата променлива Y , описваща дадена страна от дейността на фирмата, се определят от състоянието на средата, т.е. $Y_t = Y[S(t)]$.

Доколкото Y зависи от очакваното състояние през бъдещите периоди,

$$Y_t = Y[S(t), S(t-1), \dots].$$

Серия от последователни шокове е представена на фиг. 1, където с a_t и b_t са означени началото и края на t -я импулс.

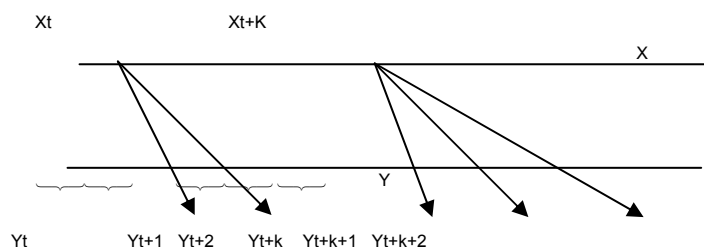
Фигура 1



Връзката между импулса X и отклика Y във времето, когато последието е продължително, условно е описана на фиг. 2. В нея с i_1 и i_2 са представени интервали на шокими импулси, влиянието на които върху стойностите на Y се отразява през последователни интервали.

За импулси с по-честа повтаряемост (систематични импулси) могат да се изследват вероятностни характеристики на проявлението и на влиянието им. Такива са вероятности за възникването и за продължителността на импулса, вероятности за обсега, за продължителността и силата на отражението му върху конкретни обекти и процеси. За последователност от шокови импулси с продължителност $\tau_1, \dots, \tau_k, \tau_{k+1}, \tau_{k+2}, \dots$, появили се в моментите $t_1, \dots, t_k, t_{k+1}, t_{k+2}, \dots$, е важно да се знае разпределението на вероятностите за дължината на интервалите между последователните появи на шокове (интервала между t_k и t_{k+1}), а също и разпределението на вероятностите за продължителността на шоковете (разпределението на величината τ), за степента на варирането на параметрите на процеса, върху който се отразява влиянието на импулсите.

Фигура 2



Теоретичните възможности и подходи за изучаване на импулсни случайни процеси се разглеждат във връзка с изучаването на динамични редове (вж. Хенан (1964), Бриллинджер (1980) и Левин (1966)). Разглеждат се различни типове случайни импулсни процеси, като се предполага периодична или аperiodична повтаряемост.

Когато се разполага с наблюдения за последователни шокови импулси, могат да се определят функциите $F(t) = P\{\tau < t\}$ – вероятност продължителността на шока да бъде по-малка от t и плътността на разпределението на вероятностите $f(t)$ – вероятност продължителността да бъде равна на t . Ако v е брой импулси за време T , който е случаен, се определя вероятността $P\{v < n\}$ – броят на импулсите да не надвишава n . Сerii от импулси най-често се срещат в технически системи, за които е приложим предимно разгледаният инструментариум.

В икономиката, особено на макроикономическо равнище, рядко могат да се отграничат шокови процеси с честа повтаряемост – такава, която да даде възможности за изучаване вероятностното им разпределение. Тук шоковите процеси възникват при дадена комплексна ситуация и се характеризират със специфично проявление и въздействие. Изучаването им се основава предимно на сравнителен анализ на индивидуални проявления, като се търси да се разкрият причините за възникване на шокове и последиците от тях. Математическият апарат за импулсни случайни процеси може да бъде полезен за изучаване на случайното поведение на икономически процеси, чрез изследване динамиката на определени техни параметри, за които се разполага с достатъчно дълги динамични редове.

4.2. Методи и подходи за изследване на шокове

Появата на икономически шок е следствие на един или повече фактори, които имат изменящо се във времето действие. Количествените характеристики, с които се описва динамиката на факторите, дават възможност да се наблюдава тяхното развитие и да се определят очакванията относно появата на резки (шокови) изменения. Като се знае причинно-следствената връзка между фактори и шокове, могат да се правят предвиждания за появата и протичането във времето на шокове от различно естество. Отражението им върху други, свързани с факторите, процеси може да се представи и изучи със стойностите на променливи, които показват протичането им във времето.

Прилагането на този подход довежда до построяване на модели, при които случайните променливи, изразяващи шоковите въздействия, участват като независими, а променливите, представящи шоковите ефекти – като зависими. В тези модели закъсняващият ефект се обхваща с лагови променливи.

Нека шоковият импулс се представи с променливата X , а неговото отражение (отклик) – с Y . И двете величини се променят във времето. Нека трендът на величината X се представи с

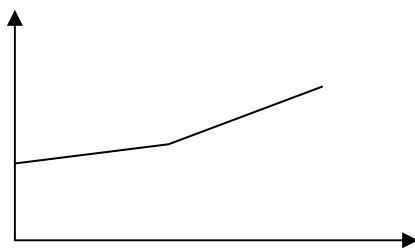
$$X_t = \beta_0 + \beta_1 t + \varepsilon_t.$$

Шоковото изменение на X може да се изразява или в промяна на наклона на регресионната линия (фиг. 3), или със скокообразно изменение на нейните стойности при запазване или промяна на наклона (фиг. 4). Такова изменение на стойностите на X се появява в момента t_h . То се отразява върху стойностите на Y . Очакванията са за съответни промени на Y в моментите t_h , t_h+1 , t_h+2 , ..., като следствие от динамиката на X . По същия начин се представят и шокови изменения на стойностите на зависимата променлива Y , като следствие на влиянието на една или повече независими променливи.

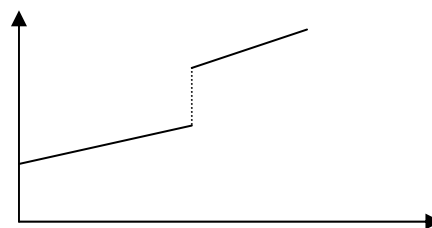
При последователни импулси на X върху Y , връзката между тях се описва с модел от вида

$$Y_t = f(X_t, X_{t-1}, X_{t-2}, \dots, X_{t-k}).$$

Фигура 3



Фигура 4



Подходящи t_h изследване на зависимости от вида t_h , а шоковите са модели от типа ARIMA, като се отчита и автокорелацията между наблюдаваните стойности.

Подход за оценяване наличието на шокови изменения предлагат Nathan S. Balke и Thomas B. Fomby [1991]. Като разграничават шокове на равнището и шокове на растежа на изследваните променливи, те предлагат модела

$$X_t = \beta + X_{t-1} + G_{t-1} + I_{1t} S_{1t}$$

$$G_t = \theta + G_{t-1} + I_{2t} S_{2t},$$

където G_t е случаен компонент на растежа, $I_{1t} S_{1t}$ - перманентен шок на равнището на X_t , $I_{2t} S_{2t}$ – перманентен шок на растежа на X_t . Величините S_{1t} и S_{2t} са независими, като за тях в случая се приема, че са приблизително нормално разпределени (т.е. $S_{it} : N(\mu_i, \sigma_i)$, $i = 1, 2$). Величините I_{1t} и I_{2t} са случайни величини (dummy variables), като $I_{1t} = 1$ при наличие на шок на равнището и $I_{1t} = 0$ – когато няма шок и $I_{2t} = 1$ при наличие на шок на растеж и $I_{2t} = 0$ в другия случай. За тях се приема, че имат биномиално разпределение с вероятности P_1 за поява на шок на равнището и P_2 – за шок на растежа през даден период. Величините S_{it} измерват размера на изместването в резултат на отскока (виж фиг. 4).

За установяване наличието на шок през даден интервал се използва Дускей – Фулер – тест за стационарност. Наличието на шок, вследствие на който се изменя наклонът води до отхвърляне хипотезата за стационарност. За определяне на точки, в които се очертава шок се използва алгоритъма на Tsay. Прилагането на подхода се илюстрира от авторите с модели ARIMA (0,1,0) и ARIMA (2,1,0).

Най-често шокът се предизвиква от няколко фактора. Нека стойността на зависимата променлива Y се определи от независимите променливи X , Z и W , които са също случайни променливи и във времето получават стойности X_t , Z_t и W_t , $t \leq T$. В общия случай

$$Y_t = F[L_X(X), L_Z(Z), L_W(W)],$$

където L_X , L_Z и L_W са лагови оператори, чрез които се изразява закъсняващият ефект. Закъснението на ефекта може да има различна продължителност за отделните променливи.

Всяка от променливите X , Z и W в даден момент може да стане причина за шокови промени на стойността на Y . При взаимодействие на шоките фактори може да се получи усилващ или отслабващ ефект, в зависимост от посоката и силата на влиянието им. Зависимостта между Y и X , Z и W се описва с многофакторни регресионни модели, в които се отчитат лагът и автокорелационните зависимости, т.е. това са многофакторни модели от типа ARIMA.

За отчитане на случайни импулси, предизвикващи изменение на наклона или формата на зависимост, се използва подход, описан от Дж. Бокс и Г. Дженкинс (1974, § 4.2.2. и § 4.3.2.). Текущото състояние на процеса към момента t се представя като зависимо от поредица от $t-k$ импулси, влиянието на които започва в момента $k < t$. В регресионното уравнение се добавя компонент, представляващ ефекта от импулси след момента k . Програмно е реализиран в пакета SPSS.

Лаг на шоковите влияния

Еднократен лагов импулс може да има еднократно или продължително въздействие върху поведението на процеса, на който той влияе. При

еднократен отклик, изменението на променливата X , представляваща импулса, предизвиква еднократно изменение на зависимата Y , която описва поведението на процеса следствие.

При продължително въздействие на еднократния импулс, стойността на променливата Y варира под негово влияние в течение на продължителен период. Последователността от стойности на Y съдържа елементи на отклици на този импулс. С тях може да се опише лаговото разпределение на отклиците. По аналогия с инвестициите и тук е подходящо да се използва понятието “разпределен лаг”.

Разпределението на лага се представя със стойностите на Y и параметрите β в регресионния модел в случаите $Y_t(X_t)$, $Y_{t+1}(X_t)$, $Y_{t+2}(X_t)$, които при линейна зависимост се описват с регресионните уравнения

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + \varepsilon;$$

$$Y_{t+1} = \beta_0 + \beta_{11} X_t + \varepsilon;$$

$$Y_{t+2} = \beta_0 + \beta_{12} X_t + \varepsilon;$$

Коефициентите пред X_t изразяват закъсняващия ефект от импулса от момента (интервала) t . Продължителността на закъсняващия ефект се определя от статистически значимите, различни от нула, коефициенти $\beta_{1\tau}$, $\tau = 1, 2, \dots$.

За последователност от n шокови импулси, $i=1,2,\dots,n$, регресионните уравнения ще имат вида

$$Y_{t_i+k} = \beta_0 + \sum_{\tau=0}^k \beta_{\tau+1} X_{t_i+\tau} + \varepsilon_{t_i+k}.$$

Когато шоковите импулси са от различни източници, влиянието на част от тях може да се определи, като чрез изкуствени (dummy) променливи се отчита или отстранява влиянието на други. Нека с j , $j = 1,2,\dots$, се означава източникът на шоково въздействие и d_j е величина, на която се приписват стойности 0 или 1 (нула, когато не се отчита влиянието на съответния източник на импулс и единица, когато се отчита). Тогава регресионното уравнение, в общ вид, ще бъде

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j X_{jt} + \sum_{j=k+1}^n d_j X_{jt} + \varepsilon_t,$$

като се приема, че шоково въздействие могат да имат променливите X_{jt} за $j = k+1, \dots, n$.

Статистическият инструментариум предлага и друг подходящ метод известен като Interrupt time series analysis. При него, за избран ARIMA модел, се изследват последователно стойности на временния ред близки до интервал с резки промени или попадащи в този интервал. Изследват се три случая – постоянно наличие на резки изменения на стойностите на реда, постепенно натрупване на изменения и временно рязко изменение. Наличието на шоково изменение в реда се установява чрез стойностите на два параметъра - ϖ и δ . Според близостта на стойностите им до нула и единица се оценява начало, продължаване или разпадане на шоковото изменение на стойностите на променливата. Стойност на δ близка до нула показва, че шоковото изменение намалява (затихва). Стойност близка до единица означава, че затихването на шоковото изменение става бавно, т.е.

влиянието на шоковия импулс ще продължи. Статистически значимата стойност на π означава, че към дадения момент започва рязка промяна на стойностите на променливата. Този подход е използван по-нататък за анализ на шоковите изменения на индексите на цените и на валутния курс у нас.

Използване на интервални оценки за установяване на импулси

Шоковите импулси се проявяват чрез стойностите на зависимите променливи в регресионното уравнение. При наличие на импулс, стойността на съответната променлива рязко се отличава от предходните стойности. В интервали на шокови изменения, стойностите на променливата се отличават от изгладените стойности и излизат извън доверителните граници, определени с използване на трендов (или друг) модел и за приета стойност на α , респ. $1-\alpha$. По подобен начин се изследват стойностите и на зависимата променлива Y , като отклоненията се определят по отношение на изгладените с модела стойности. Излизането на стойностите на променливите извън границите на установения интервал означава наличие на чувствително отклонение, респ. шок импулс.

Границите на доверителния интервал се определят с използване на стандартните грешки на оценките S_e , като

$$\text{Д.и.} = \hat{Y} \pm t_{\alpha} S_e.$$

За стойности на Y , определени като $\hat{Y}_{\tau}$, $\tau \in T$, за дадена стойност на независимата променлива X , се определя доверителен интервал

$$\text{Д.и.} = \hat{Y} \pm t_{\alpha} S_y,$$

като

$$S_y = S_e \sqrt{\frac{1}{n} + \frac{(X_i - \bar{X})^2}{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}},$$

където S_e е стандартната грешка на оценките на Y .

Наличие на шокови изменения на разглежданата променлива може да се установи и с използване на доверителен интервал, определен спрямо средната стойност, като

$$\text{Д.и.} = \bar{Y} \pm t_{\alpha} \frac{S_y}{\sqrt{n}}.$$

Стойностите на променливата извън интервала ще сочат наличие на резки отклонения, които може да са предизвикани от шокови импулси.

5. Анализ на данни за периода на преход

Шоковите промени, които се осъществяват през последното десетилетие у нас - политически, социални, технологични и други, получиха израз в основните макроикономически параметри. Техните стойности, освен текущите колебания, в определени периоди се изменят рязко, скокообразно. Определено може да се твърди, че те са израз на чувствителна промяна на икономическата ситуация. Наред с това пораждаат последствия, които имат отзвук както в икономическата сфера, така в в други области на обществената

живот. Данните от таблица 1 показват изменението на брутния вътрешен продукт, вноса и износа през периода 1990 – 1998г. През този период той е намалял с 34.72 %.

Таблица 1

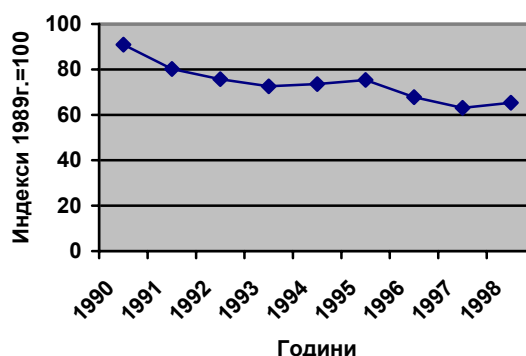
Брутен вътрешен продукт, внос и износ през 1990-1998г.

Години	БВП (вер. инд.)	БВП 1989г.=100	Внос млн.\$	Износ млн.\$
1990	90,9	90,9	13123.28	13434.48
1991	88,3	80,21	2706.10	3439.76
1992	94,3	75,69	4469,00	3923,00
1993	95,8	72,51	5120,00	3769,00
1994	101,4	73,53	4315.81	4156.32
1995	102,5	75,36	5354.69	5657.64
1996	89,9	67,75	5074,00	4890,00
1997	93,1	63,08	4932.00	4939,70
1998	103,5	65,28	4979,10	4300,30

Източник: По данни от статистически справочник, НСИ, 1999.

Фигура 5

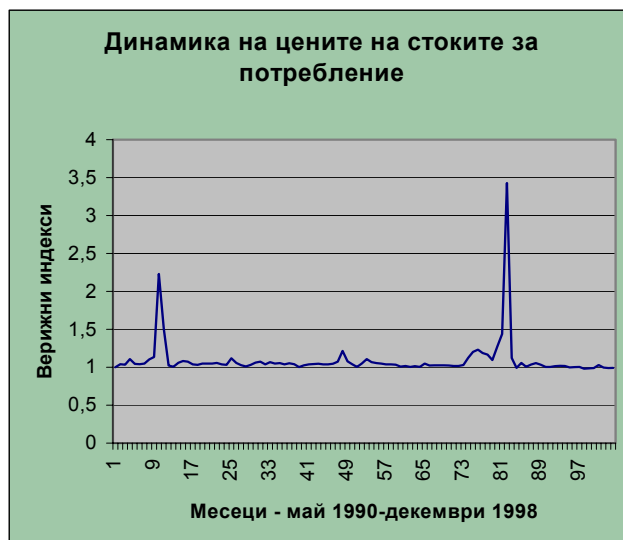
Брутен вътрешен продукт



Цените са един от най-чувствителните барометри на състоянието на икономиката. Тяхната динамика изразява промените настъпващи в отделни сектори и в цялата икономика. Като измерител на динамичните промени, индексите на цените представят величината на текущите изменения, а също и установилите се тенденции през по-продължителен период.

На фиг. 6 чрез верижни индекси е показано варирането на потребителските цени по месеци през периода май 1990 – декември 1999г. Ясно се очертават шоковите нараствания на цените през интервалите декември 1990 – март 1991г. и май 1996 – март 1997г.

Фигура 6



Като се използва статистически анализ на временни редове със скокообразни изменения (Interrupt time series analysis – програма Abrupt Temporary Impact), за периода декември 1990 – март 1991г. по месеци за модел $\text{Ln}(x)$, $D(1)$ ARIMA (1,1,1) се определят параметрите посочени в табл. 2. От фигурата се вижда, че през разглеждания период има два интервала, в които се проявяват шокови изменения – първият е в края на 1990г. и началото на 1991г., а вторият започва от май 1996г. и трае до март 1997г. За тези интервали в таблицата са дадени съответните стойности на параметрите. Изчисленията са направени по данни за верижните индекси на цените на потребителските стоки с модел $\text{Ln}(x)$, $D(1)$ ARIMA (1,1,1). Тук $p = 1$ показва порядъка на авторегресията, $q = 1$ – порядъка на плъзгащите средни и $d = 1$ – порядъка на разликите. Параметрите ω и δ са оценки на варирането и стойностите им показват: когато δ е в граници между нула и единица, системата е стабилна; когато δ е близко до нула, шоковото въздействие бързо спада и влиянието му затихва след няколко наблюдения; когато δ е близко до единица разпадането на влиянието е бавно и продължава в течение на повече наблюдения. Стойността на ω показва изменението на общата средна и е близко до нула до началото на шоковото въздействие. По време на въздействието тя показва силата на влиянието. Методът се прилага при случаи на рязко нарастване или спадане на стойностите на разглежданата променлива, след което варирането затихва, без постоянно да се изменя средната на реда.¹⁵

¹⁵ При постоянно шоково въздействие се препоръчва подхода Gradual Permanent Impact, при който $\text{Impact}_t = \delta \text{Impact}_{t-1} + \omega_t$.

Таблица 2

Оценки на параметрите на модел (X),D(1), ARIMA(1,1,1,) – цени на потребителски стоки

Оценявана стойност - (година, месец, № в реда)	Оценки на параметрите			
	P	q	ω	δ
1990, дек.,(8)	0,34265*	0,97648*	0,21551	0,87010*
1991, януари,(9) (17)	0,30958*	0,97339*	0,27315*	0,81259*
1991, февр. (10)	0,37652*	0,97164*	0,73205*	0,40040
1991, март,(11)	0,39407*	0,97616*	0,10853	-0,3544
1996, май (73)	0,34974*	0,98389*0,21362*	0,21362*	0,92542*
1996, юни (74)	0,33955*	0,98279*	0,22686*	0,91590*
1996, юли (75)	0,33816*	0,91211*	0,22272*	0,90845
1996,август (76)	0,33886*	0,98131*	0,20457*	0,90328
1996, септ. (77)	0,33736*	0,98095*	0,22786*	0,88835
1996, окт. (78)	0,32811*	0,97976*	0,2397*	0,87397
1996, ноемв. (79) (86))(((86)(ноември(86)	0,30391*	0,97752*,25647*	0,25647*	0,85309*
1996, дек. (80)	0,24612*	0,97160*	0,40066	0,79013*
1997, януари (81)	0,05420	0,93281*	0,60467*	0,65949*
1997, февр. (82)	0,58135	0,97697*	0,10253*	0,01936
1997, март (83)	0,58135*	0,97697*	0,10253*	0,01936
1997, април (84)	0,87232*	0,96963*	-0,9999*	0,94971*
1997, юни (85)	0,19304	0,84531*	-0,2555	1,0078
1997, юли (86) 0,41597* 0,97767*0,03486	0,41597*	0,97767*	0,03486	-0,3788

Нарастващите стойности на параметъра ω през декември 1990г. и януари и февруари 1991г. показват зараждане на шоково изменение. През първите два месеца са високи и стойностите на параметъра δ , но през февруари намаляват, което е свързано с разпадането на шоковия ефект.

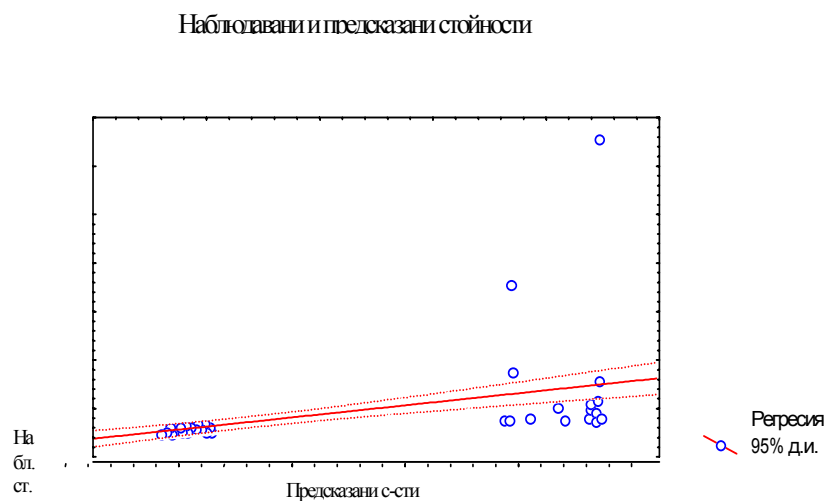
Вторият етап на шокови изменения на цените започва от май 1996г. и завършва през февруари, март 1997г. Високите стойности на параметъра δ показват дълготрайно влияние на факторите, предизвикали шоковите изменения. След юли 1997г. няма проява на шокови изменения. Стойностите на ω са отрицателни и близки до нула, което показва, че няма зараждане на нови шокове. Параметърът δ е със стойности близки до единица, което се дължи на запазването на тенденцията по отношение стойностите на индексите.

От фигурата се вижда, че има известно нарастване на индексите през интервала януари – април 1996г. Изчисленията показват стойности на параметрите ω и δ близки до нула, с което не се потвърждават очакванията за шоково изменение.

Шоковите влияния върху динамиката на цените се илюстрират и с отклоненията на наблюдаваните стойности от изгладените и разполагането им спрямо доверителния интервал. На фиг. 7 са показани наблюдаваните стойности на индексите, изгладените с линеен трендов модел и доверителния интервал при вероятност за грешка $\alpha = 0.05$. Стойностите извън този интервал показват наличие на шокови влияния.

Шокови изменения се проявяват през интервала октомври 1996 – март 1997г.

Фигура 7



Динамиката на валутния курс е показана на фиг. 8.

Фигура 8



Оценките на параметрите, посочени в табл. 3 потвърждават наличието на шокови влияния върху валутния курс.

Таблица 3

Оценки на параметрите на модел ARIMA (1,1,1),Ln(X), D(1)

Оценявана стойност – Година,месец, № в реда)	Оценки на параметрите			
	P	q	ω	δ
1994,февр. (37)	0,15181	0,96559*	0,06787	0,70800
1994,март (38)	0,15425	0,96474	0,21809	0,33909
1996,окт. (69)	0,00926	0,99102*	0,33386*	0,84878*
1996,ноем. (70)	-0,0555	0,98820*	0,49975*	0,77448*
1996,дек. (71)	-0,1651	0,97765*	0,67184*	0,65155*
1997,ян. (72)	-0,5090*	0,81154*	0,90666*	0,37088*
1997, февр. (73)	0,52716*	0,98033*	1,0909*	-0,2670*
1997,март (74)	0,89046*	0,99920*	-1,0450*	0,78180*
1997,април (75)	-0,17330	0,80013*	-0,31800*	0,99512*

Във взаимодействие с динамиката на цените и на валутния курс се определя съответно и динамиката на лихвения процент – както на основния, така и на краткосрочните и дългосрочните депозити и кредити. На фиг. 9 е показана динамиката на лихвите за едномесечни депозити. На нея ясно са очертани последователните шокови изменения, проявили се през периода 1996 – 1997г. И тук появата на шокове се потвърждава с изчисления, направени по приетия по-горе подход.

Фигура 9



6. Икономическите шокове в близко бъдеще

Логично е да се постави въпросът за възможността да се появят шокови въздействия върху икономиката на страната през предстоящия период. Има ли основания да се очакват нови шокове и от какво естество, в коя област и като следствие на какви причини? Стои и въпросът за това “дали вече е отминало влиянието на досега проявилите се шокове”.

Икономика, която е слаба във финансово, материално, технологично и организационно отношение и е силно зависима от външния свят, особено в район от типа на Балканите, винаги е по-силно уязвима от сътресенията, които по едни или други причини възникват в световната и регионалната икономика и политика. У нас все още не е преминало влиянието на политическите и общоикономическите фактори, оказващи задържащо

въздействие върху икономическото развитие. Все още е силна политическата противопоставеност. Не са изживяни типичните за нашия преход към пазарна икономика белези – безлично участие на държавата в управлението на икономиката и държавната собственост, липса на концепция и ресурсно осигурена програма за оздравяване на икономиката, преднамерена и хаотична приватизация, недостатъчна информационна прозрачност и слаб контрол, разнопосочност в действията на държавните институции по отношение законността, опазването и развитието на собствеността, партийна ангажираност и противоборство, стремеж за обогатяване, скрита икономика, корупция. Отсъства субективният фактор с неговата обществена, морална и икономическа мотивираност, убеденост и стремеж към преодоляването на икономическия спад и повишаване на жизненото равнище. Всичко това е основание за очакване, че в близко бъдеще (две – три години) не може да се преодолеят задържащите икономическото развитие фактори и изоставането. Запазването на положителните резултати по отношение инфлацията, валутния курс и финансовата система може да бъде начало на процес на оздравяване. Но за това е нужна особена активност от страна на държавата за стимулиране на икономиката и преди всичко на производството.

Има симптоми за поява на шок, свързан с валутния курс и инфлацията. Причините за това са няколко. Една от тях може да бъде неблагоприятният курс на еврото, респ. германската марка и прикрепеният към нея лев. Последиците за развитите европейски страни, които имат възможности да компенсират евентуални загуби, са много по-малко значими от тези, отразяващи се върху нашата икономика. Не става дума за мащабите на загубите, а за последиците от неблагоприятния курс върху националните икономики. Шокова ситуация е възможна в случай на девалвация на лева – нещо, което трябва да се избегне.

Заражда се тенденция към повишаване на цените и инфлация. Една от причините за това е неблагоприятният валутен курс. Естествено е цените да се стремят да компенсират намаляващата равностойност на лева спрямо американската валута. Нарастват потребностите от финансови ресурси. Нуждата от инвестиции се увеличава значително поради наложителната необходимост от технологично обновяване и преустройство. Трябва да се изплащат и получените кредити. Друга причина е нарастването на доходите на част от населението – на предприемачи и работещи в частни фирми у нас и в други страни. Противодействащи на инфлацията са и ниските доходи на значителна част от населението. Независимо от бедността, покупателната способност общо нараства. А това е предпоставка да растат и цените. За този процес допринася намаляващото производство и предлагане на стоки. В тази посока ще повлияе отчасти и очакваното намаляване на данъчното облагане на фирмите.

Възможност за шоково въздействие съществува и по отношение мащабите на доходите и цените в национална и конвертируема валута, което се отразява на покупателната способност на лева. Тенденцията във времето е пренасяне на съотношението цени – доходи у нас такова, каквото е в съседните и развитите икономически страни. Така заплата, получена в Гърция или друга по-развита държава, има у нас по-голямо стоково покритие, отколкото в тези страни. Чувствителната разлика в мащабите е предпоставка

за очакване на по-значими промени. Запазването на сегашните съотношения е във вреда на онази част от населението, която получава доходи в страната близки до средната работна заплата и под нея. Облагодетелствани са тези, получаващи доходи в чужбина или от чуждестранни фирми в страната и купуват по цени на вътрешния пазар у нас. Отварянето на "ножицата" между високите и ниските доходи, което продължава, създава опасност от засилване на социалните конфликти и отрицателно отражение върху стабилизирането на икономиката.

Посочените тенденции не водят непосредствено към нови шокове. Те само създават предпоставки в случай, че не настъпят промени, благоприятни за тяхното прекратяване.

ГРАЖДАНСКИ ОГРАНИЧЕНИЯ НА “ЛЕВИАТАНСКОТО” ПРАВИТЕЛСТВО: ПОЛИТИКИ НА ПРЕХОД В БЪЛГАРИЯ

В стандартните теории за управлението в преходните икономики (Olson, M., Jr., 1995. Why the Transition from Communism Is So Difficult. Eastern Economic Journal 21, 437-462.) политиците и бюрократите се смятат за “бандити”, които извличат максимално ресурси от обществото. Това се ограничава, когато те очакват да се задържат на власт за по-дълъг период, и когато обществото може да се противопостави. Когато се опитват да забогатеят бързо и след това да си тръгнат, за тях е трудно да работят заедно – те стават “дезорганизиран неустановени бандити”. В прехода обществото започва да работи заедно, за да попречи на правителството да извлича изгоди, променяйки ограничението пред “бандитите”.

Студията използва тези принципи, за да анализира преходните политики в България. Докато някои политически “герои” извличаха изгоди, други следваха традиционните авторитарни принципи, създавайки лидерската идея за общественото благо – концепция на правителство като левиатанското. Разглеждани са четири епизода на преходна икономика. Във всеки от тях правителството следваше политики, които доведоха до неговия крах чрез гражданска съпротива. Или правителствата бяха твърде “дезорганизиран” да проведат политики за максимизиране на ползата, или те подцениха желанието на обществото да се опълчи на тези политики.

1. Въведение

Тази студия развива идеята за ограничено левиатанско правителство, което ще максимизира собствената си полза, а ограничението е наложено от обществото. Моделът на Olson (1995) и Neumärker (1997), е разширен, за да съответства на някои от стилизираните факти и драматични събития в българския преход. Олсън разглежда два вида “бандитски” режими: неподвижни и неустановени. И в двата случая режимът цели извличане на възможно най-много ресурси от обществото. Първите планират да останат на власт за неопределено време и затова извличат относително малко ресурси за единица време, като някои се реинвестират, така че по-късно да се изземат в по-големи размери. Обратно, неустановените очакват да останат на власт за кратко време, и затова при тях извличането на ресурси става бързо, като стратегията тук е да се заграбят колкото може повече. Следователно те не са систематични и организирани в придобиването на ресурсите; действайки по едно и също време, те трудно организират своите усилия. Докато “бандитският” модел има елегантна формална структура, правителствата в преходните страни обикновено са свързани с добра

¹ Кенет Коффорд е преподавател в Департамента по Икономика, Колеж по Бизнес и Икономика, Университет на Делавейър.

политика, водеща до “левиатански” модел, или някакъв бандит с добро сърце.

Докато преходната политика в България беше отчасти “независим” процес извън и над обществото, за да задържи властта, всяко правителство трябваше да бъде съюзник на основни социални групи и да взима под внимание потенциала на тяхното недоволство. Освен това най-характерната действителност на политиката и администрацията стана титулярите да могат за кратък срок да задържат позицията си, преди събитията да са ги лишили от власт.

Това последно условие се проявява чрез серия от правителства на “неустановени бандити”: политици и бюрократи агресивно ще се самовъзвеличават в много краткосрочен период. И все пак, за разлика от модела на Олсън, тези “бандити” не са напълно независими от обществото. По-скоро в новия демократичен контекст на България (и други преходни икономики) лидерите трябва се съобразяват с общественото недоволство, особено на студентите, и да отчитат ценностите на своите политически съюзници, групи в обществото, които ги подкрепят политически.

Ние адаптираме модела, за да вземем под внимание тези фактори. След което го обединихме с емпиричните стилизирани данни.² Основните стилизирани факти, които трябва да бъдат обяснени, са следните: (1) България има парламентарен режим, но правителствата изглежда не следваха стандартната оптимална стратегия за такива режими (придържай се към златната среда, стреми се към преизбиране). (2) Повечето правителства паднаха по време на мандат и така загубиха възможност да получат допълнителни ресурси. (3) Правителствата често имаха трудности поради действията на техните подчинени, несъвместими с използването на мониторинг и контрол от страна на лидерите с цел максимизиране на облагите. (4) Правителствата бяха свалени няколко пъти от очевидно неочаквани митинги и демонстрации, което може да е несъвместимо с дългосрочна максимизация.

Силен аргумент е, че политическите лидери изглежда са подценили важността на външните политически фактори. Може би поради дългата традиция на авторитаризъм, те не са осъзнали напълно степента, до която трябва да се адаптират към цялостния баланс на политическите сили. Вероятно засилената роля на обществените медии в осигуряването на информация за “скандали” също не беше преценена правилно от политиците.

Основните специфични епизоди, разгледани с модела, са (1) краха на първото избрано социалистическо правителство през 1990-1991г.; (2) краха на първото правителство на Съюза на демократичните сили (СДС) през 1992-1993г.; (3) политиката на коалиционното правителство на Беров през 1993-1994г.; (4) краха на социалистическото правителство на Виденов през 1996-1997г. Ние смятаме, че всеки от тези епизоди беше неочакван и нежелан от политиците в правителството с парламентарно мнозинство по това време,

² Добър преглед на икономиката и решенията на икономическата политика са в Bristow (1996) и в докладите в Jones and Miller (eds.) (1997), например Enev (1997); Miller (1997). Добър детайлен преглед на политическите решения е представен от Melone (1998), докато Moser (1994) представя критични разсъждения.

предполагайки някаква грешка.³ След това разглеждаме два сравнително продължителни процеса, които протичаха на по ниско равнище от ръководител на правителство; (5) продължаваща малка по мащаб корупция на бюрократи на средно и по-ниско равнище, например в митниците; (6) експлоатиране на постове в държавни предприятия от техните ръководства. Те приличат много на “дезорганизираното” експлоатиране, което Олсън асоциира с режима на Брежнев, но в България такива хора са редовно публично обвинявани и от време на време разследвани и уволнени. Като алтернатива те са “коалициите”, които осигуряват на по-висшестоящите запазването на властта им.

За да се анализират тези случаи, използваме метода на “аналитични описания”, предложен от Bates (1998). Той включва изследване на случаи на критични събития с относително формален игрово-теоретичен подход, позволявайки тестване на теории.

Точка 2, която следва, изгражда изцяло графичен модел, който обяснява алтернативите на ефективно правителство, правителство – “неподвижен бандит”, правителство – “неустановен бандит” и след това ограниченията на “общественото възмущение” и “изграждане на коалиция”. Цялостната рамка е тази на оптимизирането на ограниченията, но прибавянето на обществото и коалициите налага игрово-теоретичен подход. Точка 3 се опитва да нагласи стилизираните факти на основните политически събития към модела, показвайки как някои хипотези (особено някои общо предложени от българското общество) изглеждат невероятни. По-скоро опити за оптимизация с някои съдбоносни грешки могат по-добре да обяснят тези случаи. Може да се спори дали политическите провали, съответстват на модела “война на изтощение”; тази възможност се взема предвид. Точка 3.4.1. разглежда продължаващата корупция на средно и ниско ниво, опитвайки се да разбере нейната природа. По-специално се разглежда основната причина за “дезорганизираните неустановени бандити”. Точка 4 дава заключения.

2. Прост, изцяло графичен модел

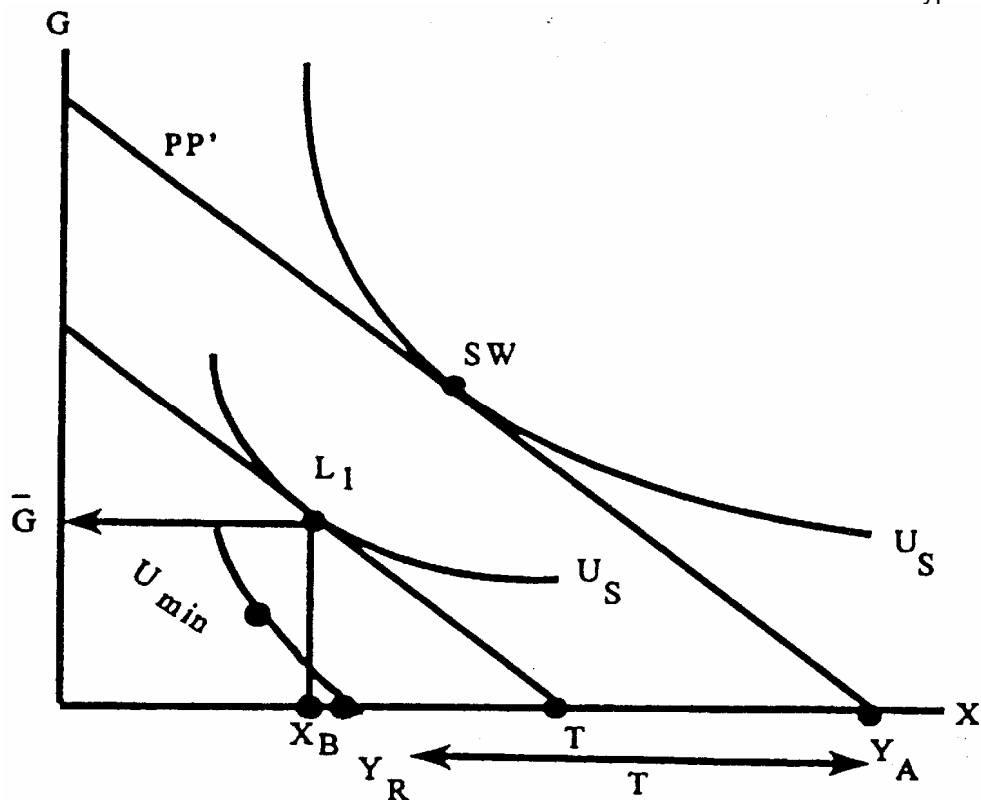
За нашия основен модел разглеждаме общество, което желае две блага – частни приходи x и правителствени обществени блага G . Оттук функцията на благосъстоянието на обществото е $U_s(x, G)$. Фиг. 1 показва тази ситуация. Нека си представим първо състояние на облекчена “анархия”, където всеки индивид произвежда блага частно, а няма обществени блага. Тук Y_A представя дела на частните блага от националния доход. Избирайки обществени, както и частни блага, границата на социалното производство е PP' – минавайки през Y_A и при наклон от -1 показвайки, че няма социални загуби от данъците.⁴ Кривата на социалното безразличие през Y_A , $U_s(Y_A, 0)$,

³ Ние допускаме, че едно правителство, което е избрало да действа като “неустановен бандит”, може да избере да краде много бързо, очаквайки скоро да бъде хванато и изхвърлено. Ние ще трябва да обясним в разгледаните случаи защо това не схващат ръководителите на правителството.

⁴ Това допускане е направено за опростяване. То може да бъде защитено от перспективата, че много обществени блага могат да бъдат представени ефективно от стимулосъвместими институции (Ostrom, 1990). То ще бъде модифицирано по-нататък от допускането, че

показва, че членовете на обществото биха имали по-голяма полза, ако някои от частните приходи могат да се превърнат в обществени блага G (максималното възможно обществено благосъстояние е SW^6).

Фигура 1



Рамката, допускаща криви на социално безразличие, предполага, че хората са почти еднакви в своите предпочитания към частни и обществени блага – ние ще разгледаме това по-късно, тъй като е важна отличителна черта на България. Освен това, въпреки “анархията”, не съществуват сериозни бандити, така че възниква пазарен обмен и хората сами защитават своята собственост. Все пак липсва достатъчно политическа воля или законова сигурност на правата.

Нека си представим една напълно ефективна и безплатна политическа система. Абстрахирайки се от действието на данъчната система (представете си самооблагащи се институции, както е предложено от Tiebout и Ostrom, и данъците и изборите на Groves-Ledyard, налагащи оптимални количества

правителството ще спечели приходи и ще върне само част от тях на обществото, като G – разновидност на “търсещ ползи” подход.

⁶ Докато анархията е теоретично желана идея, на практика тя не е равновесие, тъй като властимащите (може би бандити) в обикновения случай биха го разрушили. (Исландците и швейцарците обаче са имали самозащитаваща се анархия през по-голямата част от историята си.)

обществени блага и осигуряващи необходимите данъци), доходът може да бъде преместен на 45° от Y_A към SW , давайки най-голямото социално благосъстояние.⁶

2.1. Старият комунистически режим

Сега прибавяме и “Левиатан” – неподвижно, но не много социално ориентирано общество, следвайки някой исторически прецедент в Източна Европа (и модела, предложен от Олсън, 1995).⁷ Първо, да допуснем, че Левиатан иска да получи най-големия “устойчив” излишък, притискайки частните действащи лица към най-ниското равнище на ползи, което им позволява да оцеляват, да се възпроизвеждат и да реинвестират, тук U_{min} и неговата сума сред икономическите агенти U_{min} . При U_{min} наличните за Левиатан ресурси са разликата между PP' и U_{min} , измерена по всяка хоризонтална линия на фиг. 1 (тъй като и правителството, и обществото използват същото обществено благо). Ние показваме това хоризонтално разстояние на фигурата като TT' , представлящо наличните данъци при Левиатан. Така левиатанските предпочитания на ресурси е максималната $TT' = x$ между PP' и U_{min} .

При дадени налични ресурси TT' това управително тяло може да консултира своите предпочитания да избере равнище на частни доходи за себе си, обществени блага за обществото или в този смисъл дори да върне някакъв дял от този приход към частните граждани. Така по-пълна функция на ползата за Левиатан е $U_l = (G, x_b, x)$ към растеж. Фиг. 1 показва по TT' наличните възможности на управителното тяло да избира собствените си частни приходи и чистото обществено благо, докато точките под TT' са изборите от трите възможни алтернативи. L_1 дава допуснатия избор с x_b , ресурсите, частно усвоени от Левиатан, и G – количеството обществени блага. Кривата на безразличието на правителството през L_1 не е непременно съвместима с тази на обществото през SW , тъй като съставляващите управителното тяло, могат да имат много различни възгледи относно обществените блага.

Защо Левиатан може да избере да има положителни количества от всичките три ползвания на прихода? Османските лидери извличаха ресурсите на България, като ги използваха за свой личен лукс и за армията си, без да се съобразяват с благополучието на населението. В тази рамка личната полза за Левиатан е x_b . Те са се грижили да осигурят минимални обществени блага – мостове, главни пътища, някои политики срещу “разбойници” (борци за свобода!), водоизточници и пазари. Те са осигурявали и “смесени” обществени блага, като джамии.

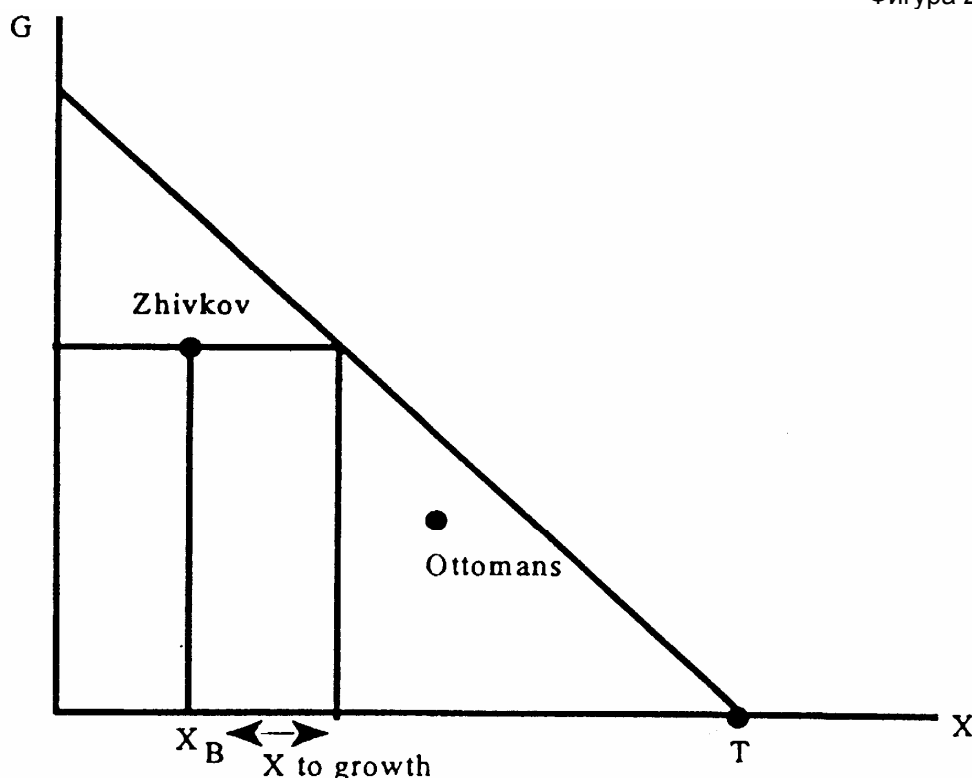
Комунистическият режим определено се грижеше за собственото си материално благополучие. Но неговата идеология го принуди да избере по-скоро друго. Фиг. 2 дава възможно сравнение с османския манталитет (ние показваме, че само малка част от правителствените активи са били

⁶ McGuire et al (1996) разглеждат проблема за скъпите данъци, който не е критичен за този анализ.

⁷ Добър общ политически фон е в Rose (1998). Те наблягат на елемента на международен произвол при комунизма.

използвани за населението, може би свързани с Мидхад Паша (Lampe and Jackson, 1982, р. 149; Palairer 1997). Обратно, комунистическият режим на Живков, самият той живеел добре, вложи много пари в инфраструктура и капиталово инвестиране, вкл. инвестиции в образование и домакинства. Той също осигури и голям растеж на потреблението на обществото, което беше част от комунистическото идеологично мислене. Живковото положение на фиг. 2 показва, че това правителство вероятно не беше истински бандит, тъй като то отдели много големи ресурси за дългосрочен растеж, който ще е от полза само за бъдещите поколения.⁸

Фигура 2



2.2. Правителството като неустановен бандит

Балканите исторически са имали много “неустановени бандити”, които са преминавали през техните територии, вземайки всичко, което могат да заграбят. Те са могли да имат достъп до *всички* частни приходи на обществото – Y_A . Дори неустановените бандити не са могли да извличат

⁸ Трудно е да се докаже, че правителство като комунистическото Живково, няма да бъде чист бандит, тъй като при достатъчно ниско дисконтиране стойността на бъдещите инвестиции става неопределено голяма. Живков се превърна в старец без наследници и все пак инвестирал. Може би неговото обкръжение се е надявало да се радва на дълъг и печеливш период на власт след него, и така да има много дълъг времеви хоризонт. Pundeff (1993) дава някои биографични данни за Живков и неговите предшественици и конкуренти.

много голяма част от ресурсите на обществото; прасетата биха могли да се скрият в горите, а къщите са били твърде големи, за да се носят. Така че те не можеха да правят значителни набези върху физическото капиталово имущество на обществото, над някои домашни животни и злато и ценности. Тук бихме искали да посочим, че “нустановените” бандити не успяват да получат почти всички обществени ресурси, и че значителна част от тях са изгубени, защото обществото се опитва да “запази” своите ресурси и бандитите се опитват да ги “вземат”. На фиг. 3 е показан подобен случай. Тук количеството на личните приходи на обществото е показано по абцисната ос, с общо количество Y_A . Ординатната ос показва количеството ресурси, прехвърлени към нустановения бандит, x_{RB} . При ограбването на ресурси нустановеният бандит губи част от тях, особено частта β , така че той може да заграби само:

$$x_{RB} = (1 - \beta)Y = (1 - \beta)(Y_A - x_p),$$

където x_p е количеството лични ресурси, които този бандит оставя за гражданите.

Всъщност правителство от типа нустановен бандит със сигурност среща намаляваща възвръщаемост на заграбените ресурси, както е показано от пунктирната линия. Тогава един истински нустановен бандит ще натисне до някакво много ниско ниво на x_p и ще получи максимално възможни ползи преди да продължи нататък. Той няма да се съобразява дали хората оцеляват, неговият проблем е само съпротивата на народа и трудността за заграбване на всички ресурси, когато не познава много добре реалната среда.

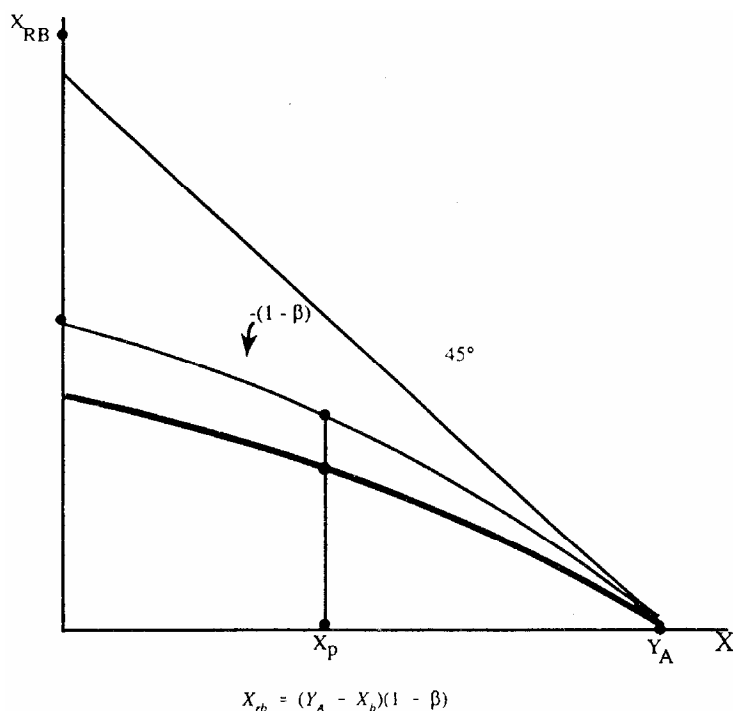
Сега терминът “нустановени бандити” е само метафора за определен тип правителствено и бюрократично поведение. За щастие в България политическото ръководство не е толкова безмилостно, колкото са били хуните или готите по онова време, или златната орда в южна Русия. По-скоро тези хора са индивиди с власт или на правителствени позиции, или “свързани” с хора на правителствени или “официални” позиции. Често те са директори на държавни фирми, назначени от преходното правителство. Те очакват да запазят позициите си само за кратко време (обикновено година-две) и да не срещнат сериозни проблеми със своите началници за някакви погрешни действия, които са предприели – освен ако тези действия предизвикват неприятности за началници, или политически скандал или някакъв вид физическо недоволство на обществото (вж. Verheijen and Dimitrova – 1996).

Контраст с истински “организираните” нустановени бандити е, че бандитизмът в този модел е твърде децентрализиран и те си пречат взаимно. Така един бюрократ може да получи “мек” заем от банка, докато тогава политически свързан банков шеф разбира, че банката няма пари да подкрепи неговия частен бизнес.⁹ Докато последствията от “организираните” и “дезорганизираните” нустановени бандити са подобни в намаляването на бъдещия общ резултат, нустановеният бандит ще действа в краткосрочен

⁹ Elster (1998) говори за “безмилостно краткосрочно поведение” в новия частен сектор. OECD (1997) описва споразумение между банки и фирми, за да избягнат данъци и да източат приходите.

интерес на група от бандити. Дезорганизираните неустановени бандити се нараняват помежду си прекалявайки с изземването на обществените блага от общия приход на страната.¹⁰ Тъй като комунистическите режими практикуваха демократичен централизъм, те би трябвало да са силно организирани структури. Olson (1995) твърди, че обратното се получи през годините на режима на Брежнев, тъй като “центърът” не желаше да наказва неподчинението на ниско стоящите подчинени.¹¹ Определено Българската комунистическа партия запази по-силен централен контрол, отколкото Съветската Партия в края на 80-те години, но задачата ни тук е да докажем, че няколко големи провали в политиката на Българската социалистическа партия се дължаха на дезорганизация, обратно на нейния имидж за единство. Blanchard and Kremer (1997) дават убедителен модел на “дезорганизация” в преходните икономики, наблюдайки на неспособността на директорите на фирмите да стигнат до споразумение за максимизиране на общи ползи. Този свързан модел сочи, че въпреки миналия успех в работата заедно, в преходните икономики “старите” директори могат да се провалят в сътрудничеството за придобиване на общи ползи.¹²

Фигура 3



¹⁰ Така моделите на свръхриболов са добра аналогия на моделите на дезорганизирани бандити.

¹¹ Roberts (1969) доказва това изказване много ясно.

¹² Този подход на “дезорганизация” не съвпада с твърдението за установено “доверие” и надеждни бизнес-отношения, разкрити в няколко изследвания, вкл. Koford (1998). Може би разликата е, че поддържането на добри бизнес връзки е съществено за незабавното оцеляване, докато хипотезата за “дезорганизация” е приложима за дългосрочни или инвестиционни избори. Тогава двете точки ще бъдат съвместими и ще прилягат на българските “политически” факти.

Съществуват сериозни ограничения на количеството и типа на "присвояване" на ресурси, което тези бандити могат да постигнат. Трудно се извличат пари от частните граждани, които нямат връзка с правителството. Все пак могат да се намерят частни фирми, които да се "инспектират" и създавайки им "нарушения", ще бъдат нужни подкупи. Държавните фирми имат много връзки с правителствени агенции, както и с бизнес сектори, които са политически ангажирани, като банки и железници. Фирмите, търгуващи с чужбина, трябва да се разправят с митническите власти. Накрая, служителите на държавните фирми плащат данъци на държавата, а държавният бюджет е голям източник на ресурси.

Докато икономистите се концентрират върху "бандитската" страна на тези присвояващи дейности, важно е също да се разбират различните социални норми, които изглежда възпират действията за облагодетелстване. Това, което отличава България от Русия е, че "бандитите" в България изглежда не желаят да убиват хората, които им се изпречат. Но много други социални ценности се явяват като скрити бариери за облагодетелстващи дейности. Ако сравним желанието на Чингис хан да извлича ресурси с това на съвременните търсачи на облаги, виждаме границите, ограничаващи днешните български "бандити". Съществуват и допълнителни граници, които не можем да разберем добре, защото сме свикнали с обичаите на нашето общество.

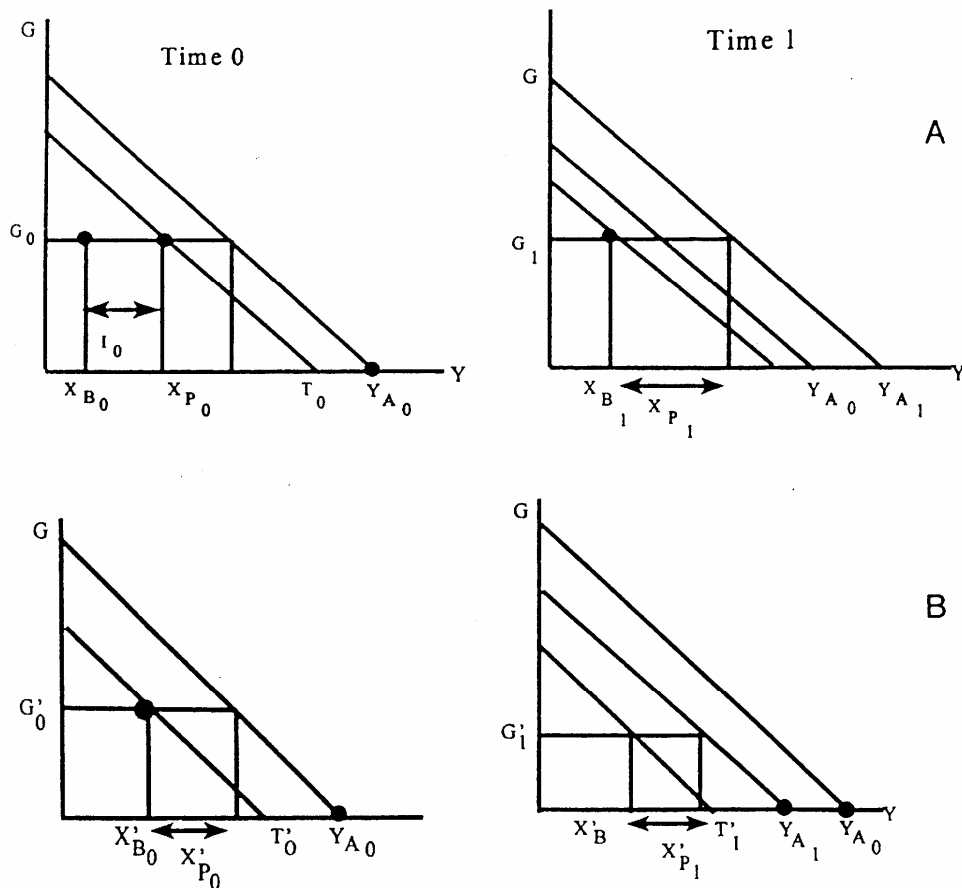
2.3. Бандитите във времето

Ефектите във времето от двата типа "бандити" са твърде различни. Неподвижният бандит иска да продължи да забогатява в същата страна, а неустановеният – не се интересува в дългосрочен план. Тези два случая са показани на фиг. 4. Сектор А показва неподвижния бандит или Левиатан през два периода, докато сектор В – резултата при среда на неустановен бандит. Както беше посочено във фиг. 2, класическият български неподвижен бандит не заграбва максимални облаги за лични ползи, а инвестира част от обложените ресурси. (Модел на максимизирането на ползите от извличане на ресурси от бандита през единичен период е развит в McGuire, et al (1996), раздел 2; моделът може лесно да се интерпретира като оптимизационен модел във времето.) Оригиналните ресурси, налични във време 0, са Y_{A0} . Във време 0 неподвижният бандит събира данъци T_0 , от тях той използва лично ресурси x_{B0} , осигурява правителствени ресурси G_0 (по ординатната ос) и връща обратно ресурси I_0 в частния сектор (с цел увеличаване на инвестициите).¹³ I_0 не са консумирани от обществото, но все пак могат да се включат с функцията на ползите като част от бъдещия успех на страната. В резултат на високите равнища на I_0 и G_0 общите приходи се увеличават за период 1 до Y_{A1} , позволявайки по-високо равнище на G – G_1 , по-големи частни доходи за Левиатан – x_{B1} , и частни доходи и частни инвестиции – x_{P1} . Рваницето на инвестициите потенциално може да е по-високо и от период 0.

¹³ През по-голямата част от историята на България и други страни от съветския блок върнатите ресурси бяха главно за инвестиции, но в някои периоди, като края на 80-те години в България, известно недоволство и възможен крах на социалистическата система доведоха до изразходването на тези ресурси главно за потребление.

Фигура 4

$$\begin{aligned} X_{P_1} &> X_{P_0} \\ G_1 &> G_0 \\ X_{B_1} &> X_{B_0} \end{aligned}$$



За разлика от него, случаят с лутащия се бандит показва намаляване след време на наличните ресурси и за бандитите, и за обществото. В сектор В, време 0, той също се изправи пред частен доход Y_{A0} и може да получи данъци T'_0 , което да е повече или по-малко от T_0 в сектор А, тъй като лутащите се бандити са по-безмилостни, но по-зле организирани. Все пак равнището на G_0 , осигурено от неустановен бандит, е твърде ниско и лутащите се бандити вземат за свое лично ползване всички останали ресурси, които могат да получат от “данъци”. (Често в България, а изглежда и в Русия, този доход е изнасян вън от страната, за да бъде запазен в чужбина, както твърди Miller (1997). Тъй като неустановеният бандит оставя твърде малко допълнителен приход за инвестиране и “инвестиционните” блага са вероятно по-податливи за заграбване отколкото богатствата за потребление,

извършва се много малко инвестиране. Такова не е показано на фигурата. За разлика от традиционни активи, като сгради например, съвременните инвестиции включват банкови депозити, запаси и други пазарни блага; общественият служител също може по-лесно да “задържи” инвестиционните планове за да получи откуп, отколкото производствената дейност на една фирма.

Изводът от този анализ е, че равнището на доходите пада от период 0 до 1, както е показано на сектор В, време 1. Целият доход Y'_{A1} е по-нисък от Y'_{A0} и при дадени по-малко ресурси $T'_1 < T'_0$, $G'_1 < G'_0$, $X'_{B1} < X'_{B0}$ и $X'_{P1} < X'_{P0}$. Този процес продължава неопределено в бъдеще – 2, 3, 4 и т.н., така че за всеки времеви период и тогавашните бандити, и обществото са по-зле. Това предполага проблеми от обществото, както е описано в точка 2.4.

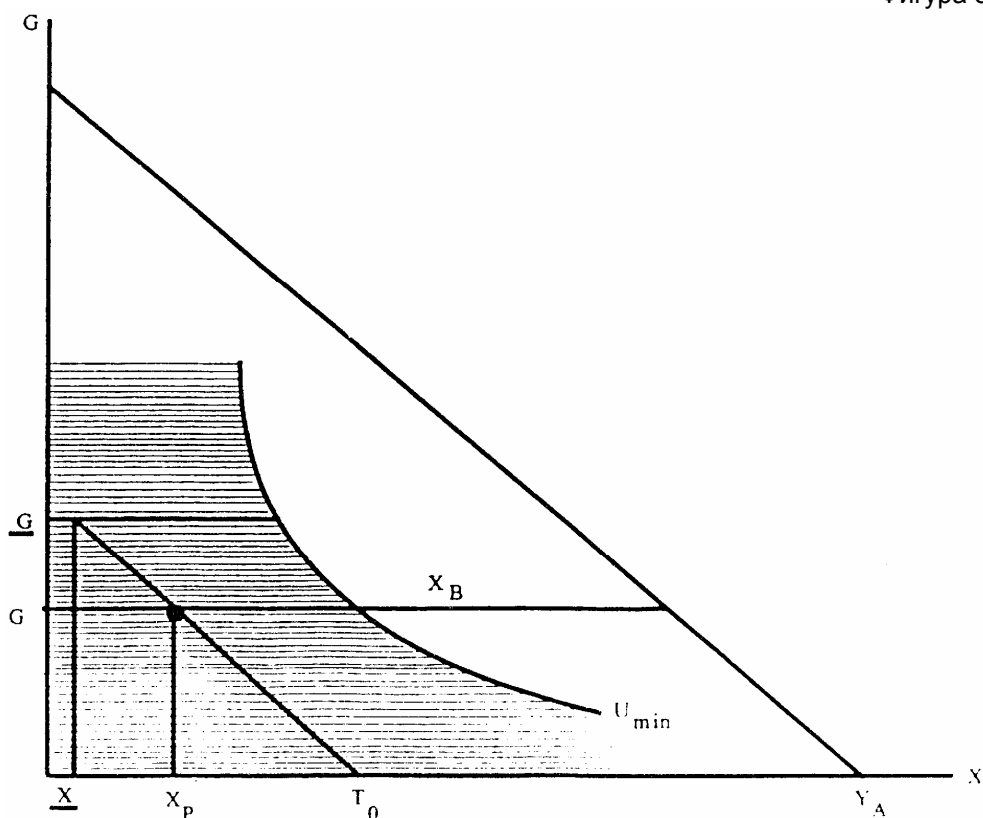
2.4. Обществено противопоставяне на бандитите: бунт

Нашето следващо допускане е, че съществува минимално равнище на полезност, което обществото изисква, иначе ще се разбунтува. Идеята тук е, че когато е насила доведено до достатъчно ниско такова равнище, обществото смята, че “правителствена реформа” ще допринесе за общественото благо, което ние също можем да разглеждаме като част от G . Ако членовете на обществото смятат, че си заслужава да допринасят за общественото благо, те го правят, и така имат някаква вероятност да изхвърлят бандита. Weingast (1997) развива подробен модел на този процес. Той допуска, че обществото трябва да се споразумее да координира изхвърлянето на бандита и че това споразумение е предизвикано от “важни моменти”, развити от елита, определящи кои правителствени действия са изключително “нарушение на гражданските права”. Bristow (1996, p. 226) разглежда общественото незадоволство в България според изследването на Rose. Rose (1998) твърди, че обществата в централно- и източноевропейските страни, вкл. България, са се отдали силно на демокрацията. Следвайки природата на политиката, вероятно друг Левиатан ще замести първия бандит, но този ще бъде по-внимателен за реакцията на обществото към прекалени вземания.

В нормално голямо общество ще бъде трудно да се мобилизират много индивиди да осигурят защитата на общественото благо срещу бандита. Равновесният принос на Неш е вероятно нула, или поне почти нула. Така, за да се осигури на общественото благо някакво колективно действие, този проблем трябва да бъде разрешен. Аз предполагам, че това включва хетерогенност сред обществото. Някаква малка група от него има най-ниския разход на ангажиране в осигуряването на общественото благо; друга по-голяма група иска да го осигури, когато първата група направи това и т.н.

Започваме с широкомащабния анализ на баланса и дисбаланса и тогава минаваме към детайлен микроикономикс на осигуряването на това обществено благо. На фиг. 5 е показана минималната *полезност*, която обществото ще приеме – U_{min} . Освен това тя показва какво ще се случи, ако то застане под равнището U_{min} и успее да създаде общественото благо в “опозиция” или “бунт”: количеството на такова частно създадено обществено

Фигура 5



41

е дадена тази ситуация; сектор А показва статична ситуация, а сектор В – динамичен модел.

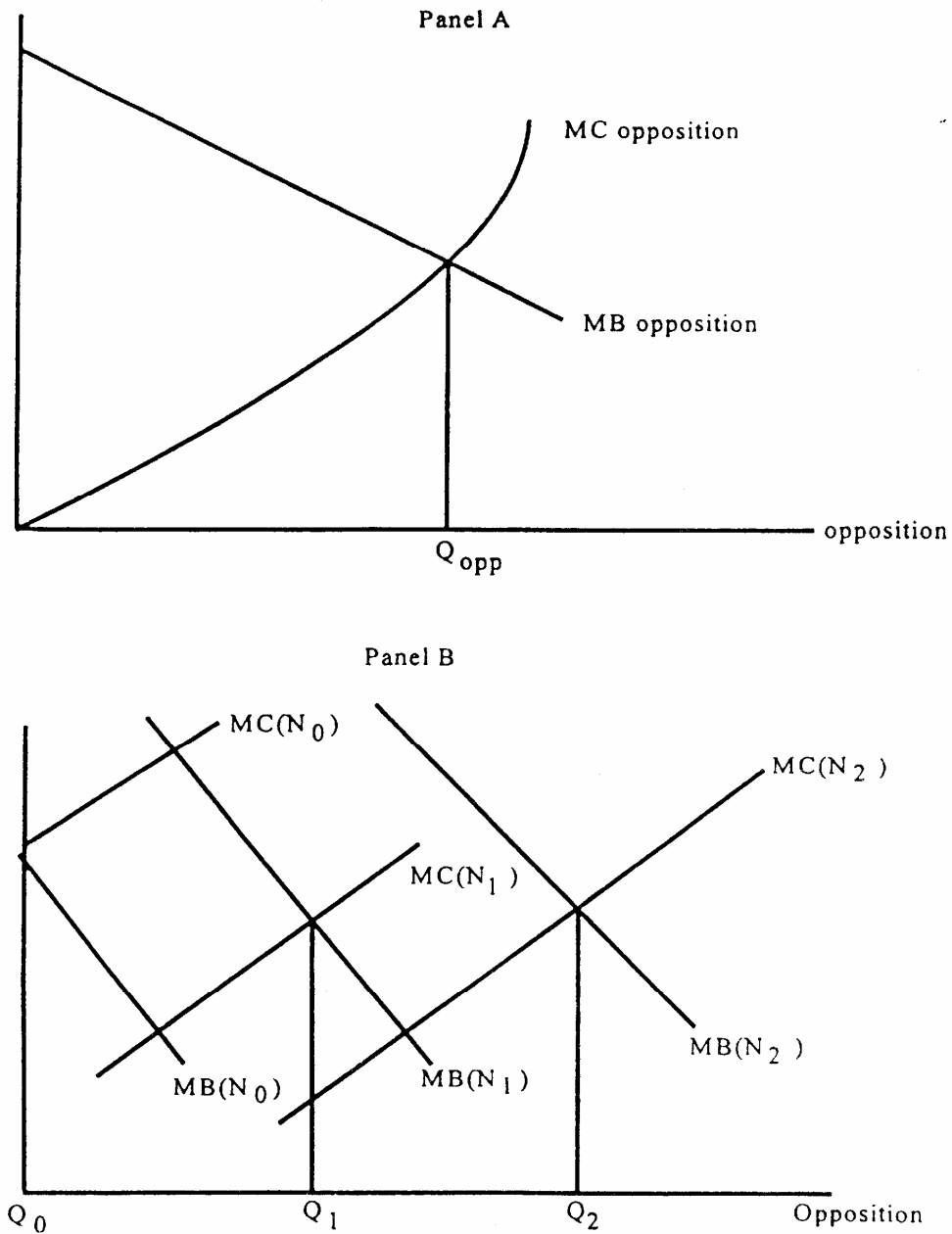
Количеството противопоставяне е дадено по абцисната ос, докато пределните ползи и пределните разходи за противопоставяне – по ординатната. Можем да подредим хората по техните лични чувства за пределни разходи и пределни ползи от противопоставяне, и особено да определим личните пределни разходи за противопоставяне на индивидите – MC_{opp} и пределните ползи от противопоставянето – MB_{opp} . Нетните ползи от него са $G_{opp} = MB_{opp} - MC_{opp}$. Разбираме, че пределните ползи от това противопоставяне падат, а пределните разходи – растат. На фиг. 6 ние подреждаме индивидите по G_{opp} , разликата между ползи и разходи. За да изясним фигурата, допускаме, че G_{opp} са перфектно подредени с MB_{opp} и (отрицателно) с MC_{opp} . В действителност трябва да съществува положителна корелация, но след като хората са подредени по G_{opp} , тяхната нагласа за ангажиране с опозиционна дейност, кривите на пределните ползи и пределните разходи могат да бъдат неравни.

Някои основни мотиви за присъединяване към опозиция се отнасят до разходите и ползите. Разходите за противопоставяне са определени като строго лични – вероятността да бъдеш бит или наранен от полицията и др. Ползите от противопоставянето са за всеки индивид от получаването на обществено благо от променената политическа ситуация, умножено по вероятността да се постигне промяната. Важен фактор, влияещ на тях, е възрастта. Младите хора, по специално студентите, виждат разходите по участие в демонстрация или по организиране на опозиция, като сравнително ниски. Те нямат семейства, които трябва да издържат, и вероятно могат да се възстановят по-лесно от побой. “Основните” работници могат да разглеждат вероятността да загубят работата си като по-малка – работници в обществените услуги, обществения транспорт и т.н. Изглежда, че и младите хора са по-заинтересувани от “промяна в обществото”, може би защото те са естествено по-гъвкави, без вече започнала кариера (без загуба “потънали” разходи в установения начин да се правят нещата). Образованието изглежда също разграничава хората. По-образованите могат да имат по-широк поглед върху “общественото благо”, отколкото по-необразованите, и така да са по-готови да се противопоставят на лошо управление.¹⁴ Накрая, различни групи от хора в обществото могат да имат различни идеи за вероятността за успешна промяна, или (същия възглед) за броя на хората, желаещи да рискуват, участвайки в промяна. По-специално, голяма група от единомишлениците изглежда вярват, че много хора споделят тяхното мнение. Така студентите в големите университети и работниците в големите заводи очакват, че “много други” ще ги последват.

В чертането на фигурата някои фактори са съвместими. Най-важен е очакваният брой други участници в групата. Увеличение броя на другите участници би увеличило вероятността за промяна и би намалило разходите за нея, тъй като няма повече опоненти и за полицията и армията е по-трудно да нарани някой човек.

¹⁴ Този възглед е в противовес на традиционния класов възглед за опозицията, според който “работниците” са се борили срещу правителството, доминирано от богатите. Приемам, че теорията е твърде специфична за условията в страни в преход през 1989г. и след това.

Фигура 6



В сектор В са показани три комплекта криви на пределните ползи и пределните разходи, всеки с очакван брой други участници в опозиция, с $N_0 < N_1 < N_2$. С очаквани опоненти N_0 , резултатът е Q_1 , а с N_2 – Q_2 .

Докато N_s и Q_s ще бъдат съвместими по размер, противодействието на бандита не е равновесно поведение, така че очакването те да бъдат еднакви изглежда неправдоподобно.

Друг въпрос може да е важен: в европейските страни столицата, или “центърът”, обикновено доминира политически. Това означава, че демонстрациите или организирани политически противодействия там са по-ефективни, отколкото същите по размер демонстрации другаде. Обратно, потенциалните организирани групи в центъра изглежда са по-ефективни и смятат себе си за политически успешни, поради което е по-вероятно да опитат политически действия.¹⁵

2.5. Коалиция между правителство и определена “група”

Левиатан, който няма пълна власт и може да срещне опозиция, иска да намери начини да отслаби тази опозиция. Да допуснем, че последната ще премине през обществено организиране на бунта заради общественото благо, което може да причини краха на Левиатан, както е описано в точка 2.4. Той може да се съюзи с някои групи от населението. Такъв е също циничния поглед на някои политически партии.¹⁶ Обмисляйки с коя от различните групи от населението да се съюзи, да разгледаме последното като разграничено според желанието им за обществено благо (отговаряйки на рамката ляво-дясно на повечето политики).¹⁷ Докато политиката е сложна и могат да съществуват много оптимални стратегии на сдружаване, тук наблюдаваме на една, и споменаваме втори възможен подход.

Да разгледаме две групи хора – с високи и ниски изисквания към общественото благо. Правителство *неподвижен бандит*, и със сигурност комунистическо правителство, осигурява високо равнище на G . Това е фундаментна точка в марксизма-ленинската теория, че комунистическото правителство трябва да се съюзи с работническата класа, която има по-голяма нужда от обществени услуги. В България (и в другите преходни икономики) то се съюзяваше и с пенсионерите. Загадка е, че то получи подкрепата на селяните и не е ясно колко високо G те очакваха. Все пак, очевидно те очакваха нещо, дори само за “защита” от пазара.¹⁸ Това предполага, че едно “ляво” правителство ще има високо G , а “дясно” правителство – ниско G , и Левиатан ще се съюзи с естествени съюзници, съответно на страната на високо или ниско G .¹⁹

¹⁵ Това е основна хипотеза, която не е изцяло точна. В Полша демонстрациите в Гданск бяха много важни за Солидарност; в САЩ демонстрациите в Чикаго и Ню Йорк бяха по-важни от тези във Вашингтон. Все пак исторически Париж беше центъра на политическото дисидентство и стачки във Франция, и (в зависимост от периода) Санкт Петербург или Москва като център на Русия. Централизираните правителства също концентрират хора, университети и политически активни лица в столицата, карайки няколко хипотези да предскажат същата връзка.

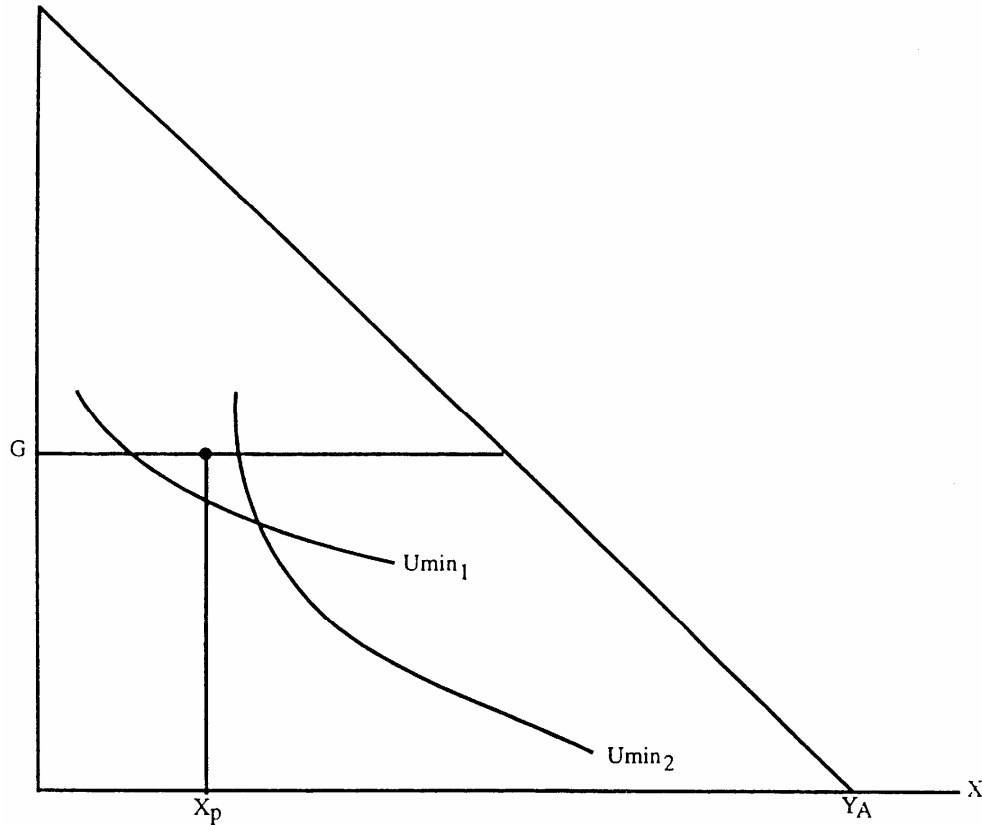
¹⁶ Schnytzer et al (1998) дават убедително доказателство, че Югославската комунистическа партия (през периода 1953-1988г.) беше от такава основна природа, разпределяйки блага или включвайки се в “политически обмен”.

¹⁷ Ако обществото беше изцяло хомогенно, това правителство щеше да се съюзи със случайна или типична подкласа на населението.

¹⁸ Това парадоксално изказване беше направено от проф. д-р ик.н. Бойко Атанасов.

¹⁹ Алтернативна хипотеза, която трябва да се изследва е, че посткомунистическите правителства – леви или десни, *нямат* солидни идеологически ценности и се съюзяват предимно случайно с някои силни политически групи.

Фигура 7



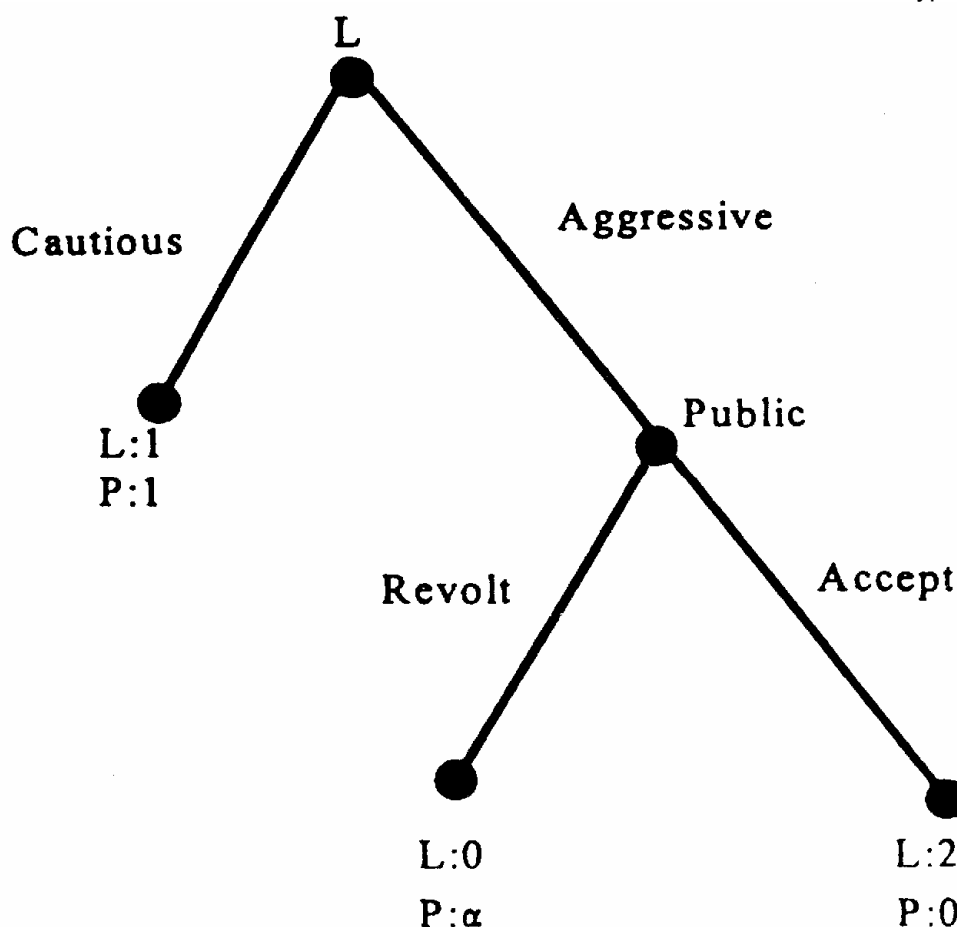
На фиг. 7 е допуснато, че съществуват две групи с различни минимални равнища на полезност – U_{min1} за Група 1 и U_{min2} за Група 2. Както е показано, Група 1 има по-големи предпочитания за общественото благо и е доволна от нивото на G и x_p , избрано от правителството (показани като G и x_p на фигурата). Така групата ще подкрепи управляващата група (и със сигурност няма да подкрепи организиран бунт срещу управляващата група), отслабвайки всяка организирана опозиция срещу нея.

2.6. Кратко описание на модела, който трябва да се тества

Ние сравняваме две основни условия: Левиатан, или неподвижен бандит, и неустановен бандит. Емпирично е трудно да се разграничи Левиатан, който има някакъв обществен дух и неподвижен бандит; и двамата трябва да са загрижени за обществената опозиция и така да действат за общественото благо. Точка 2.1. илюстрира основния принцип на Левиатан, докато точка 2.3. поставя модела във времето, а точка 2.5. описва интересното балансиране, което Левиатан трябва да извършва, за да избегне бунт. Точка 2.2. дава контрастиращия модел на неустановен бандит. Основно заключение, което ще предположим е, че да бъдеш Левиатан е по-висше,

отколкото неустановен бандит, при условие, че водачът има избор. Като Левиатан някой може да събира доходи за даден период на власт (5 години), а може би и след това; неустановеният бандит може да просъществува около година и после трябва да избяга, а вероятно да се сблъска със съд или да бъде заловен от Интерпол. Ако някой бандит не успее да осигури минимална полза на голяма част от обществото, тогава то изглежда ще си осигури общественото благо на бунта и това ще спре приходите на бандита. Динамиката на тази теория на бунта е описана в точка 2.4.

Фигура 8



Проста форма на игра, показана на фиг. 8, дава структурата на “основните положения” на случаите, които ще разгледаме по-нататък. Първи на ход е Левиатан. Той избира или “агресивна” стратегия, която му дава големи облаги, и притиска обществото почти до минималната полза, или “предпазлива” стратегия, осигуряваща на обществото съществени ползи. Ако последното е притиснато близо до минималната полза, то ще избере или да се разбунтува, или да приеме тази минимална полза. Обществената облага

от бунта - α , не е известна на Левиатан. Това е потенциален пакет от ценности, по-високи или по-ниски от 0, за които той трябва да развие съответни възможности. Всъщност обществото не “знае” или публично показва α , докато не се сблъска с агресивен Левиатан и трябва да избере – да приеме или да се разбунтува. Ако Левиатан избере “агресивната” стратегия, обществото или приема тези действия, или се бунтува. Все пак външни наблюдатели могат да преценят дали α е положителна или отрицателна, и тогава да оценят действията на двамата играчи.

3. Някои исторически епизоди.

Аналитичният подход, приложен в изследването на тези случаи, е предложен в Bates (1998). Той започва с формален (или полуформализиран) модел на рационално поведение; след това описва стилизирана ситуация и я изследва, за да види дали тя приляга на модела. Изследваните случаи приличат на игрово-теоретични, с един актьор, избиращ политика и друг актьор, избирайки най-добрия отговор. Първият трябва да предвиди рационалния отговор на втория. Авторът описва доказателството в разказвателна форма и (според мен) е много внимателен сериозно да разглежда алтернативни теории и доказателства, обратни на техните хипотези. Аз ще се опитам да направя същото по-нататък.

3.1. Крахът на първото посткомунистическо правителство

Първите свободни избори в България след краха на комунистическия блок се проведеха през юни 1990г. Бившите комунисти спечелиха абсолютно мнозинство в парламента и голям брой от гласоподавателите. Въпреки това, след няколко грешни стъпки и големи демонстрации, наскоро избраното правителство отстъпи и позволи да се формира правителство на “националното единство” и да се извършат съществени икономически реформи, вкл. освобождаване на цените. Със сигурност бившите комунисти, отказвайки се от “партията - държава”, отстранявайки бившия диктатор Тодор Живков и спечелвайки изборите, планираха и имаха някакво право да очакват да наследят правителството. Защо се отказаха?

Моделът, който изглежда подходящ, е този на Левиатан, опитвайки се да задържи властта. Облагите от нея са значителни и за един бивш комунистически режим възможните разходи от даден антикомунистически режим могат да бъдат огромни. За контрола съюзяването с група от обществото е съществено и за бившите комунисти естествената група е тази отляво. Трябва да бъде ясно, че много по-лоша алтернатива е да се напусне кабинета бързо след като си го спечелил за първи път. Новите лидери не биха имали шансове да докажат способностите си, да крадат или да живеят добре. Какво избраха бившите комунисти, и как изиграха “ръката” си?

Ние можем логично да изключим вероятността, че са *предпочитали* да напуснат кабинета; те направиха това с неохота и очевидно се радваха, когато взеха властта – ново поколение на комунистическата партия след

Живков.²⁰ Освен това те проведеха кампания, и после се опитаха да реализират "протекционистка" програма с оглед да защитят своите поддръжници. Опозицията по улиците, която доведе до краха на правителството, очевидно искаше повече промени. Тя се създаде с времето, тъй като правителството показваше, че то *не* беше подготвено за сериозни реформи. Опозицията организира също серии от растящи демонстрации, показващи степента на противопоставяне, което тогава беше мобилизирано от техните лидери. Elster (1998, с. 263) описва вкуса на политическия живот. Новоизбраният социалистически президент Петър Младенов беше принуден да подаде оставка скоро след парламентарните избори, заради репликата, казана от него на демонстрацията на 14.12.1989г. (като председател на Държавния Съвет) "Доведете танковете!". Първо той отрече това; после, когато беше показано на запис, твърдеше, че е било шега. Това хвърли президента в ръцете на оппозицията. По смисъла на фиг. 6, в очите на естествените опоненти социалистите не показаха достатъчно движение към демократична система. Танковете не бяха изпратени, а оппозицията накрая спечели.

Ние също можем да разгледаме икономическите политики от този период. Редица автори, например Enev and Koford (1997), определят това време като период на нерешителност и пасивност. Съществуваша много дискусии и дебати относно подходящата посткомунистическа политика, но въпреки полученото парламентарно мнозинство, новото социалистическо правителство не беше способно да осигури на обществото някакъв реален план за промяна. Това чувство на пасивност също допринесе за техния крах. Социалистическата партия имаше мнозинство в парламента, но 6 месеца след парламентарните избори те бяха постигнали много малко. Доверието на елита беше загубено, както и собствената им самоувереност, и така те подадоха оставка.²¹

Сериозно алтернативно обяснение за социалистите да се откажат от властта си е, усещането им, че за тях е по-добре да загубят властта и да има безпартийно правителство, което да осъществи необходимите икономически реформи, отколкото да ги извършат те самите. Това е много проникателна теория; може би те смятаха, че тези действия ще бъдат толкова непопулярни, че скоро социалистите ще бъдат отново в правителството. Все пак, в смисъла на простата игрова теория, е трудно да се види облагата им от отказването от властта, когато те имаха шанса да докажат предимствата на своите политики.

²⁰ Интервюта на Melone (1998) с новите лидери, по-специално Луканов и Семерджиев, показват желанието на новата социалистическа група да осигури правото на закона. Но Луканов и Близнашки (с. 64) сочат, че икономическата реформа ще бъде скромна. Близнашки описва предпочитанията на новоизбрания лидер на комунистическата партия: "Той беше лидер, ориентиран към реформите, но той нямаше да се отклонява твърде много ... от установеното. Той каза, че в България трябва да има административно-командна система, вид авторитарно управление, а не тоталитарно". Вж. също Pundeff (1993).

²¹ Интервютата на Melone с лидери на социалистическата партия показват, че те смятаха своите политики за иновативни и пазарно ориентирани, предполагайки някои самозаблуждения от тяхна страна (Melone, 1998, р. 191-193). Да сравним все пак слабите промени в политиката на България с тези на социалистите в Унгария и Полша, когато те се опитаха да запазят властта си през 1990-1991г.

3.1.1. Крахът на първата антикомунистическа коалиция на СДС.

След вторите свободни избори в България през пролетта на 1991г. антикомунистическата коалиция СДС спечели минимално мнозинство в парламента и формира правителство, подкрепяно от Движението за права и свободи (ДПС) на етническите турци. Това правителство се впусна във фундаментална реформа, основно от типа свободен пазар и даде много работни места и ползи на своите поддръжници. И все пак то падна бързо. ДПС не беше част от правителството, но го подкрепяше, очевидно в замяна на свои ползи. Това, което то не можеше да приеме, бяха продължителните атаки от страна на коалиционния му партньор че членовете му са турци.²² СДС също се разцепи твърде бързо. Като коалиция той беше потенциално уязвим по отношение на измяната на повечето центристски членове или партийни подгрупи, въпреки че цялостната политика на правителството беше ортодоксална (в България “тъмно синя”).

Водачите на СДС очевидно харесваха да бъдат на власт, но нямаха желание да правят компромиси с тези две групи, така че двете дисидентски групи управляващи свалиха правителството. Това прилича на класическа погрешна преценка на ситуацията, където “бандитско” правителство заграбва много облаги и не желае да ги поделити, неразбирайки напълно, че губещите могат да го изхвърлят от кабинета. Интервюто на Melone с Филип Димитров показва, че той не беше склонен на компромиси и предпочита да нарече онези членове на своята коалиция, които са изменили, предатели (с. 203) и обяви, че тези, които са се обърнали, “практически са се присъединили към комунистите”.²³

Следвайки модела Левиатан, за да задържи властта една коалиция трябва да запази мнозинство. Това СДС правителство не прецени добре U_{min} на някои членове на своята коалиция, хвърли ги в ръцете на опозицията и загуби.

3.2. Коалиционното правителство на Беров.

След като правителството на Филип Димитров падна, беше създадено ляво коалиционно правителство начело с по-стария икономист Любен Беров. Това правителство не беше съвсем сплотено и тъй като се ръководеше от безпартиен лидер, той имаше малка възможност да наложи някаква определена линия. Коалицията беше нестабилна и се предвиждаше бързо да падне (въпреки че тя просъществува по-дълго, отколкото всеки е очаквал).²⁴ При такива условия изглежда логично да се очаква, че отделни администратори или членове на кабинета ще следват подход на “неустановен бандит” и общата гледна точка е, че правителството беше най-корумпираното в посткомунистическата история на България. OECD (1997, например с. 102-3) описва предпазливо многобройни елементи на корупция в

²² Moser (1994) набляга на тази очевидна грешка от страна на правителството на СДС.

²³ Димитров продължава твърдейки, че турските избиратели ще накажат своите лидери за това, че те са изоставили неговото правителство. Все пак на следващите избори Доган и Движението за права и свободи се представиха добре.

²⁴ Интересно е да се отбележи, че СДС направи много усилия да разклати това правителство и да предизвика нови избори, но после загуби катастрофално, когато тези избори се проведеха.

правителството и в държавните предприятия, особено източването на активите на държавните фирми в частни ръце. Bristow (1996, с. 64) твърди, че в този парламент “дори БСП загуби част от своята прехвалена дисциплина”.

Докато обикновено има по-големи общи ползи от това да бъдеш дългосрочен неподвижен бандит, отколкото неустановен, ако правителството изглежда временно или никакъв ред не се прилага от централното ръководство, оптималната стратегия за лидерите на по-ниско равнище е да бъдат неустановени бандити. Висшето ръководство беше твърде слабо и определено временно, така че това поведение беше равновесно.

3.3. Крахът на второто социалистическо правителство.

Социалистическата партия спечели второ абсолютно мнозинство на изборите през декември 1994г. На власт идваше по-младо поколение социалистически политици с Жан Виденов като министър председател. Докато правителството се радваше на една година успех през 1995г., те направиха някои сериозни икономически грешки и като цяло показаха неспособност да се обединят, бидейки “дезорганизирани неустановени бандити” и да се изправят срещу опонентите, които трябваше да предлазположат към себе си. Моделът на “дезорганизиран неустановен бандит” изглежда описва много добре това правителство. Съществуваше твърде голяма корупция в администрацията и със сигурност на високи равнища. (Министър председателят Жан Виденов е свързан с крещящо изчезване на 10 млн. долара от една банка)²⁵ “Дезорганизиращият” елемент особено добре се вижда в проблемите, които свалиха правителството. Основно бюджетът беше увеличен, за да осигури подкрепа на доходи на работниците в губещите предприятия и вероятно също да позволи на топмениджърите да откраднат някакви приходи. Все пак България нямаше пари да изплати своите дългове и разчиташе на МВФ и Световната банка да й отпуснат заеми за посрещането на тези дългове. Част от споразумението с МВФ беше да намали разходите и особено да реструктурира около 64 губещи предприятия.²⁶

Социалистическото правителство имаше мнозинство в парламента и със сигурност предпочиташе да остане на власт (и да краде и да награждава своите поддръжници). То сигурно също е виждало, че МВФ имаше много голяма тояга, с която да го провали, ако откажеше споразумение за заем. Все пак правителството не можеше да си постави дори скромни контрол на разходите; докато бюджетното разходване беше частично контролирано, “политическите заеми” се правеха от държавните банки към губещите фирми и към приятели на правителството.

През март 1996г. обществото се уплаши, че банките ще фалират и започна голямо изтегляне на спестяванията от тях. Когато помолиха МВФ за помощ, той поиска ясни действия по отношение на бюджета. Социалистите бяха неспособни да вземат някакво твърдо решение и накрая, след като МВФ показа своите съмнения относно правителствената програма, банките

²⁵ Интервю с банков директор, април 1997г.

²⁶ Двата доклада на OECD за България (OECD 1997р 1999) дават ясно описание на тези преговори и техния провал.

фалираха и левът от 80 лв. за долар скочи на 3000 лв. Забележително е, че дори по средата на краха през октомври – декември 1996г., когато социалистическото правителство не виждаше изход и се съгласи да отстъпи, елементи от групата на социалистическата партия все още нямаха желание да се съгласят да отстъпят своите субсидии, за да спасят правителството. То стигна до крах – демонстрации се състояха по улиците в София през януари 1997г. и в крайна сметка доведоха до свалянето му. Демонстрациите бяха започнати от опозиционните синдикати и подети от антикомунистите студенти и интелектуалци. Накрая, тъй като доходите рязко паднаха, транспортните и други работници, на които не беше платено (и някои естествени поддръжници на социалистите), се присъединиха към демонстрациите в столицата или излязоха в стачка.

Целият епизод беше очевидна грешка: правителството можеше да се радва на допълнителните служебни облаги на властта и имаше поне още 2 години пред себе си преди да се изправи пред избори.²⁷ И все пак то не можеше да организира своите “вземания”, за да ги ограничи достатъчно, че да избегне краха. Това прилича на случай на “дезорганизиран неустановени бандити”, които не могат да се съгласят да ограничат своите вземания и са по-готови да вземат сега, отколкото да вземат повече през по-дълъг период.

Икономистът Румен Добрински (Dobrinsky, 1997) анализира българската икономическа политика по време на прехода и причините за краха през 1996г. Той акцентира, че българската икономика имаше две фундаментални неравновесия - огромните чуждестранни дългове и ориентацията на икономиката към тежката промишленост. Те причиниха трудни проблеми, които помагат да се обясни този крах. Той посочва “изключителния по размер проблем на реструктурирането във връзка с броя на нежизнеспособните губещи предприятия”.

И двата проблема – с реструктурирането на предприятията и макроикономическото приспособяване – едва ли бяха продаваеми на изборите, тъй като те включваха твърде болезнени и непопулярни мерки. Един опит за пълномащабно реструктуриране на предприятията неизбежно ще включва ликвидация и затваряне на много голям брой нежизнеспособни предприятия. Ако всички нежизнеспособни фирми трябваше да се затворят, тогава размерът на такава ликвидационна програма, измерена с относителния дял на засегнатите фирми в икономиката, щеше да бъде безпрецедентен в историята.

Той отбелязва, че няма незабавна печалба от реструктурирането и заключава, че “действителният политически процес в България в първата фаза на прехода не отразява рационалното поведение на политиците, гледащи напред”. Все пак той признава, че въпреки неизбежната криза, “българските политици не направиха дори слаб опит да я предотвратят в смисъл, че до 1996г. нито едно правителство не положи никакъв опит за реструктуриране, дори в наличното пространство на съществуващите политически ограничения”. Ако правителството през 1996г. беше продължило

²⁷ Може би социалистите разчитаха на законовото си право да останат на власт за още 3 години, без да разбират, че загубата на обществена подкрепа може да ги изгони по-рано (Melone, 1998, p. 210-211).

със “затварянето на ограничен брой големи губещи държавни фирми”, МВФ сигурно щеше да предостави парите и подкрепата, за да се избегне кризата.²⁸

Добрински допуска за българските политици много ниско равнище на рационални и перспективни действия. Бюджетната и валутната дупки бяха големи и незапълнени, и можеха да бъдат запълнени само от МВФ. И все пак политиките на власт бяха неспособни да предприемат действия, които поне да започнат да удовлетворяват фонда. Добрински твърди също, че “България изглежда нямаше политици с поглед в бъдещето, които биха генерирали политическа подкрепа за една дългосрочна цел независимо от краткосрочните разходи”, предполагайки, че политиките може би знаеха за идващата криза, но бяха неспособни да накарат своите съдружници и последователи да повярват достатъчно, за да предприемат някакви действия. Той също предполага, че правителството и обществото в действителност не знаеха колко лоша може да бъде финансовата криза, тъй като не са преживявали такава и може би затова правителството избра подход на “изкарване някакси”, надявайки се, че от някъде ще се появи късмет. Това отчасти е позоваване на непълна информация, но при финансовата криза по света, най-скоро (по онова време) в Мексико и Русия, е трудно да се види как правителството би си представило, че България ще бъде имунизирана.

Wyzan (1998) също набляга на алтернативните обяснения на тази криза. Неговите две алтернативни теории са модела на “война на изтощение” (Alesina, 1991) и модела на трите групи на интереси със сдружаване между “нови капиталисти” и старите социалистически работници, които одобряваха поемането на риск за крах. Накрая той заключава, че докато “политическите икономисти не са (справедливо) съгласни с обясненията, които се позовават на късогледство от страна на икономическите актьори, в разглеждания пример то може да е повлияло на това явление до определена степен” (с. 33). И все пак много актьори, особено тези, които избягаха от банките и валутните спекулатори, можеха да видят какво се задава. Така че, изглежда социалистическите политици и техните бизнес съдружници, а може би и някои от защитените работници, са тези, които не видяха идващата беда.

Този случай (както и предишният) изглежда съдържа Левиатан, който е щастлив да задържи властта, но не иска да прави отстъпки към потенциални опоненти, за да я запази. Последните се мобилизират и довеждат правителството до сваляне. Като цяло това може би е Левиатан, който действа погрешно, или може би е група от дезорганизирани неустановени бандити, които не могат да постигнат съгласие относно стратегията, която да ги доведе до дългосрочни максимални облаги. Доказателствата предполагат последната ситуация, но тъй като засегната е бившата комунистическа партия с дълга история на демократичен централизъм и репресия на разногласията, остава сериозният въпрос защо такава група ще се провали с предприемане на необходимите действия, за да осигури оцеляването си на власт.

²⁸ Разговори с водещ член на правителството на Виденов, участващ в преговорите през май 1997г., потвърдиха това наблюдение.

3.4. Моделът на война на изтощение

Може ли моделът на война на изтощение на Alesina и Drazen (1991) да обясни предишните епизоди? Това е алтернативен модел, който има свойството да обяснява крахове (отрицателни резултати за водещ актьор) като резултат от рационално действие, но с някои елементи на случайност в играта срещу опонента. В този модел съществуват (1) два съществени интереса, които се споразумяват относно нуждата от промяна и нейната основна структура, но не се споразумяват кой би трябвало да плати за това, (2) всеки понася разходи като начин на показване на своята решимост, докато единият се предаде. Алезина и Дразан фокусират модела върху големи национални групи, като бизнес и труд, и върху бюджетните дефицити. Накрая едната или другата група губи и (3) политиката е приложена по начин, който нанасява губещата група и облагодетелства спечелилата.

Българските случаи са подобни на елемент 1, тъй като съществуват спорещи групи, които не са съгласни за това кой трябва да загуби, а са съгласни, че е необходима някаква цялостна политика (но те не искат индивидуално да бъдат наранени от нея). Но съществуват някои големи различия. Интересите обикновено не включват големи противопоставени групи в обществото, а по-скоро подгрупи в управляваща коалиция. Това е най-очевидно в правителството на Виденов, където конфликтът беше за това "кой трябва да плати", и специфичните интереси, които се противопоставяха на промяната, бяха група от губещи фирми (и може би някои свързани банки). Тъй като социалистическата партия беше на власт, това беше и вътрешнокоалиционна битка.

По-ранният крах на първото социалистическо правителство и първата СДС коалиция прилича много повече на случаите, когато една партия избира позиция твърде далеч от средната и така загуби. Не се наблюдава очевидна война на изтощение; конфликтите бяха, първо, демонстрации срещу първото социалистическо правителство за това, че не се е съвсем променило от своето комунистическо минало, водени от опоненти на правителството и второ, дебатът за това дали ДПС беше наистина законна партия, изискваща скромно уважение, или коалиционна организация. Тъй като ДПС подкрепяше правителството, но не беше негов член, неговата подкрепа беше съществена, въпреки че то не можеше да блокира действията на кабинета. В тези случаи съществуваше правителство, което можеше и предприе всякакви действия, каквито си поиска, със съответните последици.

Три водещи случая съдържат резултат, обратен на елемент (3), краха на първото социалистическо правителство, първото СДС правителство и правителството на Виденов: управляващата група, която имаше властта да взема решения, загуби от своите решения. Във Виденовия случай и *двете* страни в конфликта загубиха. 64 фирми бяха лишени от външна подкрепа и правителството загуби властта и беше заместено от неговите крайни опоненти. Тези случаи са обратни на допускането и резултатите на модела, че нито една група няма власт и че накрая едната или другата печели.

Крахът на правителството на Беров обикновено не се смята за истинска "война на изтощение", въпреки че съществуваха определени различия между лява-дясна политика. Освен това всяка страна блокираше предложенията на другата, най-вече за метода на приватизация. И все пак, трудно е да се види

различната класа или група на интереси, отделно от личните облаги на малка група от политици. Социалистите например, бяха за масова приватизация с ваучъри. Различни тънки аргументи бяха приведени за това как това ще се облагодетелстват техните мениджъри, но ние отбелязваме, че това по принцип е чешката масова приватизация с ваучъри на Вацлав Клаус, която обикновено не е смятана за “социалистическа”.²⁹ Правителството се отказа по взаимно съгласие – нито една основна партия не искаше да го последва и всички смятаха, че могат да спечелят от неговия край и от нови избори. Случаят с Беров изглежда повече на случай на нерешително (безпартийно) правителство, в което индивиди се бореха за лично предимство.

Като цяло нито един от четирите случая не изглежда като модела на Алезина и Дразан, въпреки че се наблюдават някои елементи във всеки от тях.

По-нататък ще разглеждаме някои продължаващи модели.

3.4.1. Корупция в малки размери.

Темата на българската политическа икономика беше продължителната корупция в малки размери в полицията, митниците, данъчната администрация (Hillman (1995), OECD (1997, с. 53), OECD (1999) и по-широко – в администрацията.³⁰ Такава корупция също изглежда е обичайна в държавните предприятия – например банкови служители, отпускащи кредити (интервюирани от Koford и Tschoegl – 1999). Очевидно корупцията беше достатъчно съществена, че от време на време да се правят опити да се справят с нея, и много банки фалираха поради лоши заеми, по презумпция вредейки на кариерата на корумпираните служители, отпускащи кредити, както и на техните шефове. Струва си също да се отбележи, че съществуваша продължителни разтърсвания на администрацията и на банките, така че дългосрочната кариера в такава организация не беше сигурна, дори за наистина добър служител.

Цялостната картина е на рационални “неустановени бандити”. Всеки работник виждаше, че времевият хоризонт е кратък и че лошите действия бяха ненаказвани. Така Verheijen and Dimitrova (1996) отбелязват новата “почти пълна липса на сигурност на работното място” и държавните “цивилни

²⁹ Чувал съм, че СДС се е противопоставил и е предложил алтернатива само защото е чувствал, че всяка социалистическа политика би трябвало да е против техните интереси (разговор с мениджър на водещ приватизационен фонд, май 1997г.).

³⁰ Добър преглед на проблема за корупция в публичната администрация, с известен акцент за България, е в Verheijen and Dimitrova (1996). Те заявяват, че при комунистическата система съществува “неподвижен бандит”, в която служителите по върховете могат да бъдат корумпирани, но служителите от администрацията на средно и ниско равнище трябва да следват подходящи процедури:

Служителите би трябвало да задържат постове си за дълъг период, на позиции в администрацията на високо и по-ниско равнище ... [те] знаеха, че ако са намерени виновни за съществени форми на корупция, те могат да рискуват да загубят своите позиции и привилегиите, свързани с тях. Това ... предотврати големи форми на корупция. Разбира се, служителите на най-високо ниво формираха изключение на това правило; те бяха относително свободни да решават каквото искат. (с. 201)

Li (1998) разглежда фактори, влияещи върху корупцията в китайската бюрокрация, която се изправи пред възможности, подобни на българските бюрократи. Все пак, добрата репутация за ефективност е важна в Китай.

служители, които нямат никаква сигурност за работните си места и знаят, че позицията им е рискована с идването на всеки нов политически шеф, са много по-предразположени да се възползват от своята може би временна позиция”.

Да дадем практически пример затова: цивилните служители от ключовото Министерство на финансите в България все още чувстват, че те трябва да защитават колегите си от митниците, вместо да започнат сериозно разследване за това каква е корупцията на митническите служители. Последните, обратно, работят с предположението, че “колегите” им от министерството няма да провеждат цялостно разследване на техния начин на работа, или в по-екстремни случаи дори ще си затворят очите пред очевидни практики на корупция. (с. 205)

Имаше смисъл да се възползва човек от позицията си. Докато прекалената корупция може да доведе до крах на организацията или до вестникарска атака към нея, едва ли е възможно само отделен случай на корупция да предизвика крах.³¹ Това описание не обяснява защо корумпираните действия бяха ненаказани от лидерите, отговорни пред обществото; последният случай помага да се обясни това.

3.4.2. Корупция на шефове на организация

На това равнище корупцията включва осигуряването на облаги на политически важните групи, като работници например, както и осигуряване на лични облаги. Като обща стойност осигуряването на облаги може да бъде много повече от общата корупция за лични цели (въпреки че Милър твърди обратно (Miller, 1997)). Две твърде различни перспективи относно корупцията са неподвижният бандит, или Левиатан, и неустановеният бандит. Първият е загрижен за дългосрочния успех на предприятието, а вторият не е; въпросът е кое е рационално за един администратор по върховете в България? Два момента могат да се отбележат. (1) Висшите администратори бяха регулярно сменяни в България, след година-две на тази позиция, по чисто политически причини. Често една фракция на политическа партия ще поиска членове на друга фракция да бъдат уволнени, тъй като относителната власт на фракцията се е променила. (2) Обвиненията в корупция в България изглежда не страдат съществено. Често те са продължавали своята политическа и бизнес кариера, може би защото властите не са способни да докажат сложни финансови случаи, или виновните са избягали в чужбина и изглежда смятат да живеят добре в други страни.³²

³¹ Докладът на ОИСР за България (вж. 74) (OECD, 1997) описва как конфликт между две твърде корумпирани “групи” доведе до първия банков фалит през 1996г. в Пловдив, който след това доведе до краха на цялата банкова система. Със сигурност това не е било намерението на участниците в този конфликт.

³² Към 1999г. това може би се променя. Някои водещи политически свързани корумпирани компании (Мултигруп, Топенерджи) имаха сериозни проблеми и повечето свързани с мафията организации бяха ограничени. Митниците бяха реорганизирани агресивно и може би сега са по-малко корумпирани.

Цялостното заключение е, че е много логично администраторите да се държат като неустановени бандити, може би за да осигурят облаги на политическите сили. Когато топ администратори бъдат уволнени или обвинени в корупция, това се разглежда като част от нормалния работен процес.

4. Заключение и забележки

В контекста на прехода идеята за благонамерено правителство, което изцяло представлява обществото, е неправдоподобна. Тази разработка се различава от общоприетото разбиране в САЩ за правителство, моделирано върху анализа на конкуриращи се пазари, в което конкуренцията го кара да следва напълно интересите на обществото (Weingast, 1982; Koford, 1993; Wittman, 1995).³³ По-скоро правителството действа в свой интерес и гледа на обществото или на изборите като вид пречка – Левиатански модел. Европейската политика изглежда близо до модела, особено в по-големите страни с история на авторитарни правителства, често участващи във война.³⁴

Тази студия започва с желанието на Левиатан (или в неформалния модел на Olson (1995) – неподвижния бандит) да осигури една приятна страна за живеене и така да осигури относително количество обществено благо. В България политическите и икономическите лидери и „мутрите“ (от груб гангстерски тип) живеят в страната и трябва да приемат местните условия за живот, така че моделът основно се поддържа. И все пак при нестабилните условия, съществуващи в България, правителството е по-скоро сбор от „неустановени бандити“, които нямат причина индивидуално да осигуряват добруването на цялото общество.

Студията започва с прости графични модели на неподвижния и неустановен бандит. Тя добавя нуждата и на двамата да осигурят някакво равнище на обществена толерантност. Тези модели са използвани да изследват шест опростени случая на правителствени действия в България от началото на прехода. Като цяло картината на прехода силно подкрепя някаква форма на модела на неустановения бандит, тъй като правителствата падат, отколкото модела на неподвижния бандит, който трябва да успее в задържането на властта си. Все пак емпиричният успех на модела на неустановения бандит представлява сериозна загадка. Правителствата на власт очевидно *изглежда* губят много от загубата на властта.

Защо тогава правителството не е избрало да бъде рационален Левиатан, действайки за дълго време, за да осигури максимални ползи за себе си и продължи да управлява? Едно правителство може с готовност да приеме, че най-вероятно ще загуби властта в края на своя 4-годишен мандат и да действа като бандит през това време.³⁵ Но изглежда много странно за

³³ Този „ефективен конкурентен“ модел е логично описание на политиката на САЩ. Той не отрича търсенето на изгоди от страна на политиците и специфични интереси, но по-скоро смята, че те имат много малко влияние върху цялостния резултат. Все пак фирмите на всички реални конкурентни пазари се включват в агресивно търсене на изгоди, но тези усилия не са повлияли в повечето случаи върху резултатите. Вж. Becker, 1983; Becker, 1985 и Coughlin, 1990.

³⁴ Швейцария изглежда силен обратен пример – повече представяне на обществото, отколкото САЩ, поради своя локализъм и референдуми (Feld and Kirchgassner, 2000).

³⁵ Сегашната консервативна администрация във Великобритания (Джон Мейджър) идва на ум.

организираните бандити да позволят да бъдат изхвърлени от кабинета от своите опоненти по средата на мандата си. Тъй като това се е случвало често в България, то предполага или че Левиатан всъщност е дезорганизирано групиране на бандити без централен контрол или съгласуваност, или че организираните бандити са направили сериозни грешки.

Правдоподобно обяснение може да бъде, че новата администрация се нуждае от време за да организира наистина контролирана политическа структура. Новото СДС правителство на Иван Костов изглежда планира дълъг престой в кабинета като организирана и контролираща сила. То може да успее повече да поддържа задоволени членовете на своята коалиция, отколкото правителството и коалицията на Филип Димитров. И все пак тъй като две бивши комунистически правителства се провалиха, а комунистическата партия е била много организирана, може да се окаже твърде трудно за група от “бандити” да се реструктурират, когато старите методи на наказание и контрол изчезнат.³⁶

Друго обяснение може да бъде - “грешки”; те се появяват в последните правителства, главно в подценяването на възможното недоволство на обществото. Някои бяха предположили, че правителството на Виденов също сгреша, мислейки, че МВФ, като стария Съветски съюз, ще следи за всички грешки и корупция, и ще “спаси” България от нейните проблеми.³⁷ Дори едно оптимално изучаване на нова среда ще включи грешки, а случаят с МВФ изглежда труден за разбиране, тъй като той обяви своите аргументи с определена яснота и нямаше нито задължението, нито способността да спаси фалиралите банки или да спре сривовете на лева, които бяха основни за кризата през 1996-1997г.³⁸ Мелоун (Melone, 1998) твърди, че българските политици следват принципа на “вендета”, при който да нараниш враговете си е толкова важно, колкото и твоето лично благодетелстване. Докато българската митология подкрепя тази идея, измамата, която ние наблюдавахме, *помогна* на враговете.

³⁶ Поучителна може да бъде една аналогия с полицейските сили. Българската полиция беше прословуто успешна в поддържането на ниска престъпност, но техните методи не бяха много елегантни. При демокрацията те все още не бяха способни да научат успешни методи, които биха избегнали силна обществена критика. Престъпността остава висока и има чести обществени скандали когато някой е пребит до смърт от полицията.

³⁷ Или, както е предположено по-горе, бившите комунисти може да не са разбрали колко ценна е една организирана и контролирана партия в демократичните условия. Комунистическата партия е била силно централизирана и нейните по-нисши членове се подчиняваха на диктаторите отгоре; когато дойде “свободата”, или лидерите и членовете смятаха, че стратегията “всичко се случва” е успешна, или лидерите не знаеха как да контролират своите подчинени в по-малко ограничаваща среда. Тези вероятности предполагат, че политическите актьори “се учеха от практиката” в демократичната политика и може да са оценили погрешно ползите от това да бъдат независими индивиди.

³⁸ В друго време – 19-и век – Palairret (1997) документира това, което той смята за продължаващи грешки на мамене от страна на правителствени служители в България и Сърбия. Тези служители се опитаха да извлекат ползи от чужди частни фирми, но по-типично завършваха с нищо. Това може да се смята за доказателство за “култура”, в която да се опитваш да извлечеш ползи за себе си е нормално, дори ако то води до загуба на потенциалната възможност. Политическият анализ на Pundeff (1993) на този период е подобен. Rosefielde (1999) описва подобно поведение сред сегашни правителствени служители в Русия, наблюдайки върху вътрешното удоволствие да успееш в измамата, както и върху моралното обвинение на тези, които са внимателни и предпазливи.

Аз вярвам, че много от грешките на правителствата стават, защото обществото създава един вид “конституция” за нови политически лидери. Това в идеалния случай предполага, че то създава някои правила – “конституционален” подход. Weingast (1997) е показал, че елитът има голямо предимство при поставянето на ключовите моменти за това какви са правилата – какво е неподходяща правителствена дейност, която обществото няма да толерира. Все пак, поне в България, тези правила бяха създадени чрез избори и демонстрации – сваляйки правителства, които нарушават (неточни или неясни) правила. Може би нито обществото, нито бандитът знаят колко стриктно ще бъдат приложени правилата. Нашето впечатление е, че с времето обществото намалява възможностите за бандитите да извлекат богатство, тъй като то се приспособява към условията на демокрацията. Това е важна насока на развитие, стига да е вярна.

“Финансовият скандал” беше важен за българските новинарски медии. Те имат силни мотиви да намерят за публикуване правдоподобни “неправомерни финансови дела”, с което да увеличат своя тираж. И все пак ако такива обвинения са съобщени погрешно, може би малко след като са отправени истинските обвинения – тези в неправомерни финансови сделки (като корупция) могат просто да допринесат за отношение на цинизъм – че политиците винаги крадат. Така важния въпрос за “политическата култура” е дали политиците като класа се разглеждат като “бандити”. Докато цялостното отношение изглежда не се променя бързо, имайки предвид такива места като днешна Русия или Тамани Хол Ню Йорк, и в двата случая “реформаторите” изглежда са способни да получат поне временна подкрепа от широката общественост. Провалите на реформите водят до апатия в тези относително корумпирани среди.

И все пак, според тази студия, желанието на българите да осигурят общественото благо в противовес на един бандит се увеличава. Може би защото при комунизма обществото имаше “масова” обществена ориентация – отделния човек не може да направи нищо срещу системата, освен може би да натрупа някакво лично богатство. Все пак краят на комунизма позволява на обществената опозиция да се развива по-свободно. Точка 2.4. моделира процеса, но не дава динамиката, която е специфична за прехода. В България хората могат да погледнат по-ранния опит от демонстрациите в Полша, и накрая в Чешката република и Западна Германия. Очевидно това беше основен фактор в първоначалните демонстрации на “Екогласност” през лятото на 1989г., както и големите демонстрации през 1990-1991г.; по-късните демонстрации през 1997г., когато на власт беше демократично избрано правителство, последваха подобни демонстрации в Белград. Какво ще предизвика бъдещи демонстрации или подобни сериозни действия срещу неправомерно или “бандитско” правителство?

Основният модел на “общественото право” казва, че хората гледат малък брой съседни и приятели и наблюдават техните вкусове. Тогава в общество с твърде разнородни ценности подходящото равнище на противопоставяне може да зависи от специфичната група. Лесно могат да съществуват многобройни потенциални “опозиции”, които да се възпламенят от специфични събития. В по-еднородно общество, с един елит, или може би с известен опит в това какво е правилно, една отделна възпламеняваща

ценност може приблизително да бъде предвидена от Левиатан. Тази промяна е нов елемент в “правото на закона”, при който обществото установява “конституция” и я защитава ефективно от нарушаване.

Тук съществува друга твърде различна история. Българското общество в момента се е разделило на две сравнително противопоставящи групи, всяка от които има възглед за бъдещето на България. Това е подобно на повечето напреднали демократични страни, като “левите” се опитват да защитават работниците и пенсионерите, а “десните” – да развиват по-свободна икономика и икономически растеж, който помага на младите образовани хора. Вероятно разделението е по-крайно, подобно на западноевропейските страни, когато те бяха новоиндустриализирани преди няколко поколения. При тези силни разделения всяка група може да се включи в демонстрациите и да предизвика проблеми, ако е притисната твърде много. Ние разглеждаме това общество като един вид кутия на Еджуърт, където тези противопоставящи се групи трябва да се борят за благосъстоянието на обществото. И все пак в по-дългосрочен план българският просперитет ще изисква както по-предприемачески свободен пазар, така и някакво задоволяване нуждите на по-малко успешните в обществото.

Накрая ние питаме какво трябва да очаква България от своите правителства – неподвижни или неустановени бандити? Ще бъдат ли те ограничени в своето поведение от обществото или от приетите норми? В последно време България е видяла много неустановени бандити и ежедневните дискусии предполагат, че хората смятат това за нормално равновесие. Как може човек да обясни този възглед? Обществото смята прехода за “нов” и затова не знае какво да очаква. Така че съществуването на неустановени бандити може да бъде “нормално” за българския преход. Освен това по-ранната идеология за “свободата” в България (и други преходни икономики) включваше идеята, че е правилно “всеки да прави всичко възможно”, за да успее; така за политиците изглежда естествено да бъдат неустановени бандити.³⁹ Накрая, българите не се сравняват със Западна Европа, освен като слаба аспирация. Така че те все още не могат да се поучат от съседите си, казвайки “В Швейцария това не би било толерирано, затова и у нас не трябва да бъде”. По-скоро те често казват “България е уникална!” или че е “ориенталска”. Страната има почти непрекъсната история на арбитражно правило; това затруднява обществото да гледа на законите и институциите като ограничаващи неговите лидери. Все пак институциите са най-свързани с въпроса за установяването и поддържането на ежедневна основа на реда на силно ограничен неподвижен бандит – подходящ Левиатан. Изграждането на стабилни правителствени организации и институции, може би накрая от легитимна бюрокрация от Вебериански тип, все още не е започнало в българския преход, но съществуват силни мотиви да се опита такова движение.

³⁹ За ценностите в преходните страни вж. Rose, 1998; за подходите на лидерите вж. Elster, 1998.

Признания:

Благодаря на Бойко Атанасов, Валентин Вълов, Wilko Letterir (дискусант) и участниците в конференцията по икономическо представяне, икономическа политика и политическа култура за полезните коментarii и корекции. Студията се разви в дискусии с Bernhard Neumarker. По-ранна версия беше представена на конференцията по икономическо представяне, икономическа политика и политическа култура, 03.02-06.02.1999г. в Ротердам.

Литература

- Alesina, A., Drazen, A., 1991. Why Are Stabilizations Delayed? *American Economic Review* 81, 1170-1188.
- Bates, R.H., Greif, A., Levi, M., Rosenthal, J.-L., Weingast, B.R., 1998. *Analytic Narratives*. Princeton University Press, Princeton.
- Becker, G.S., 1983. A Theory of Competition among Pressure Groups for Political Influence. *Quarterly Journal of Economics* 98, 371-400.
- Becker, G.S., 1985. Public Policies, Pressure Groups, and Dead Weight Costs. *Journal of Public Economics* 28, 329-347.
- Blanchard, O., Kremer, M., 1997. Disorganization. *Quarterly Journal of Economics* 112, 1091-1125.
- Bristow, J.A., 1996. *The Bulgarian Economy in Transition*. Edward Elgar, Cheltenham, England.
- Coughlin, P., Mueller, D.C., Murrell, P., 1990. Electoral Politics, Interest Groups, and the Size of Government. *Economic Inquiry* 28, 682-705.
- Dobrinisky, R., 1997. Transition Failures: Anatomy of the Bulgarian Crisis. WIIW (Vienna Institute for Comparative Economic Studies), paper #236.
- Elster, J., Offe, C., Preuss, U.K., 1998. *Institutional Design in Post-Communist Societies: Rebuilding the Ship at Sea*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Enev, T., Koford, K., 1997. Incomes policies in Bulgaria. In: Jones, D.C., Miller, J.B. (Eds.), *The Bulgarian Economy: Lessons from Reform During Early Transition*. Ashgate, Aldershot, U.K.
- Feld, L.P., Kirchgässner, G., 1999. Direct Democracy, Political Culture, and the Outcome of Economic Policy: Some Swiss Experience," paper presented at the Conference on Economic Performance, Economic Policy and Political Culture, Rotterdam, February.
- Hillman, A.L., Mitov, L., Peters, R.K., 1995. The Private Sector, State Enterprises, and Informal Economic Activity. In: Bogeti, Hillman, A.L. (Eds.), *Financing Government in the Transition: Bulgaria: The Political Economy of Tax Policies, Tax Bases, and Tax Evasion*. World Bank, Washington, D.C.
- Koford, K., 1982. Centralized Vote Trading. *Public Choice* 39, 245-268.
- Koford, K., 1993. The Median and the Competitive Equilibrium in One Dimension. *Public Choice* 76, 273-288.
- Koford, K., Miller, J.B., 1998. Contractual Enforcement in an Economy in Transition. Unpublished working paper, Department of Economics, University of Delaware.

- Koford, K., Tschoegl, A.E., 1999. Problems of Bank Lending in Bulgaria: Information Asymmetry and Institutional Learning," MOCT/MOST 9, 123-151.
- Kuran, T., 1989. Sparks and Prairie Fires: Theory of Unanticipated Revolutions. *Public Choice* 61, 41-74.
- Kuran, T., 1995. *Private Truths, Public Lies: The Social Consequences of Preference Falsification*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Lampe, J.R., Jackson, M.R., 1982. *Balkan Economic History, 1550-1950: From Imperial Borderlands to Developing Nations*. Indiana University Press, Bloomington.
- Li, D.D., 1998. Changing Incentives of the Chinese Bureaucracy. *American Economic Review* 88, 393-397.
- McGuire, M.C., Olson, M., Jr., 1996. The Economics of Autocracy and Majority Rule. *Journal of Economic Literature* 24, 72-96.
- Melone, A.P., 1998. *Creating Parliamentary Government: The Transition to Democracy in Bulgaria*. Ohio State University Press, Columbus.
- Miller, J.B., 1997. Price index gap in Bulgaria. In: Jones, D.C., Miller, J.B. (Eds.), *The Bulgarian Economy: Lessons from Reform During Early Transition*. Ashgate, Aldershot, U.K.
- Mitov, L., 1995. Excise Taxation of Fuel: A Case Study of Lost Revenue. In: Bogeti, Hillman, A.L. (Eds.), *Financing Government in the Transition: Bulgaria: The Political Economy of Tax Policies, Tax Bases, and Tax Evasion*. World Bank, Washington, D.C.
- Moser, C.A., 1994. *Theory and History of the Bulgarian Transition*. Free Initiative Foundation, Sofia.
- Neumärker, B., 1997. *Towards a Political Economy of Privately Provided Public Goods*. Discussion Paper 04-97, Ruhr-Universität Bochum.
- OECD, 1997. *OECD Economic Surveys 1996-1997: Bulgaria*. OECD, Paris.
- OECD, 1999. *OECD Economic Surveys 1998-1999: Bulgaria*. OECD, Paris.
- Olson, M., Jr., 1965. *The Logic of Collective Action*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Olson, M., Jr., 1995. Why the Transition from Communism is So Difficult. *Eastern Economic Journal* 21, 437-462.
- Ostrom, E., 1990. *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Palairat, M., 1997. *The Balkan Economies c. 1800-1914: Evolution without Development*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Pundeff, M.V., 1993. *Bulgaria in American Perspective: Political and Cultural Issues*. Sofia University (St. Kliment Ohridski) Press, Sofia.
- Roberts, P.C., 1969. The Polycentric Soviet Economy. *Journal of Law & Economics* 12, 163-180.
- Rose, R., Mishler, W., Haerpfer, C., 1998. *Democracy and Its Alternatives: Understanding Post-Communist Societies*. Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Rosefielde, S., 1999. Russia's Warped Transition: The Destructive Consequences of Ethically Unconstrained Utility Seeking. *Eastern Economic Journal*, forthcoming.

- Schnytzer, A., Šušteršič, J., 1998. Why Join the Party in a One-Party System? Popularity versus Political Exchange. *Public Choice* 94, 117-134.
- Verheijen, T., Dimitrova, A., 1996. Private Interests and Public Administration: The Central and eEast European Experience. *International Review of Administrative Sciences* 62, 199-218.
- Weingast, B.R., 1997. The Political Foundations of Democracy and the Rule of Law. *American Political Science Review* 91, 245-263.
- Weingast, B.R., Marshall, W., 1988. The Industrial Organization of Congress. *Journal of Political Economy* 96, 132-163.
- Wittman, D., 1995. *The Myth of Democratic Failure: Why Political Institutions are Efficient*. University of Chicago Press, Chicago.
- Wyman, M.L., 1998. The Political Economy of Bulgaria's Peculiar Post-Communist Business Cycle. *Comparative Economic Studies* 40, 5-42.
- Yin, C-C., 1998. Equilibria of Collective Actions in Different Distributions of Protest Thresholds. *Public Choice* 97, 535-567.

ИКОНОМИЧЕСКАТА ФИЛОСОФИЯ НА ФРИДРИХ ХАЙЕК

Направен е философско-методологически и съдържателно-теоретичен анализ на икономическата философия на Фридрих Август фон Хайек. Структурата на разработката съдържа увод, четири части и заключение. В първата част се анализират идеите на Хайек относно философско-методологическите проблеми на икономическото познание. Втората част е посветена на концепцията на австрийския мислител за парадигмалното значение на пазара. В трета част са представени възгледите на Хайек за релациите между пазарната конкуренция, планирането и демокрацията. В последната част се разглежда подходът на Фридрих Хайек към проблемите на собствеността, справедливостта и свободата.

Анализът е съсредоточен върху няколко основни момента, подчертаващи оригиналността и значимостта на идеите на Хайек за икономическата наука и науките за човека като цяло: интегративният и интердисциплинарен подход, методологическият индивидуализъм, разделението на знанието, спонтанния социален и стопански ред, релацията икономика - право - политика, парадигмална роля на пазара и конкуренцията и мястото на държавата в индивидуалния и социалния живот на хората.

Няма да е преувеличено, ако се каже, че Фридрих Хайек (1899 – 1992) е най-видният представител на либерализма на XX век. Но неговите многобройни приноси в такива области на науката като икономиката, психологията, правото, етиката, философията и политическите науки² все още не са оценени по достойнство. Причината за това е фактът, че въпреки сравнително дългия си живот и значителното научно творчество той остава почти винаги встрани от господстващите течения и подлага на аргументирана критика техните основни постулати.³

Научното си развитие Фр. Хайек започва като икономист от австрийската школа. Още на младини ясно осъзнава интегралния характер на икономическите явления и отчита обстоятелството, че икономиката е потопена в света на обществените отношения. В традициите на австрийската субективна школа приема, че човекът не действа, за да съхрани своя индивидуален интерес от притежаване на материални блага, а за да утвърди и развие своето социално положение, социални ценности и социални интереси. Според Хайек той цени материалните си блага само доколкото те служат на тази цел. Нито процесът на производството, нито този на

¹ Иван Върбанов е гл. ас д-р в СА "Д. А. Ценов" – Свищов.

² Виж в Интернет <http://members.aol.com/gregransom/hayek> The Friedrich Hayek Quote Page.

³ Виж Nenovsky, N. The Economic Philosophy of Friedrich Hayek (The Centenary of His Birth). Discussion Papers 8/1999, June 1999, BNB Printing Center. или в Интернет [http://62.200.195.13/bnb.nsf/92bb0921c9931239422566f00048a0f0/1275b588c53e9d0e422567eb0050953d/\\$FILE/E08-pape.pdf](http://62.200.195.13/bnb.nsf/92bb0921c9931239422566f00048a0f0/1275b588c53e9d0e422567eb0050953d/$FILE/E08-pape.pdf)

разпределението е ограничен до специфични икономически интереси, свързани с притежаването на блага. Всяка проста стъпка в този процес е включена в множество социални взаимодействия. Във всички общества икономическата система е задвижвана от неикономически мотиви.

Попадайки под интелектуалното влияние на Карл Менгер, Фридрих Визер и Лудвиг фон Мизес, Хайек продължава усилията на своите учители за възраждане на класическия либерализъм, за оборване на социализма и преоткриването на свободния пазарен ред. Това са и двете основни цели на неговото творчество: *да обоснове всестранно икономическите идеи на австрийската субективна школа и да защити научно идеалите на либерализма и индивидуализма, да отхвърли социализма и конструктивизма като научно и исторически несъстоятелни.*

В процеса на реализацията на своите цели обаче Хайек се сблъсква с метаикономически въпроси, на които може да се даде адекватен отговор само ако се надскочи сферата на собствено икономическата проблематика. Постепенно те стават основен предмет на изследванията му и го насочват към наддисциплинарни, интердисциплинарни и по същество философско-методологически изследвания, чрез които търси връзката между теориите на различните науки и достига до идеята за необходимостта от тяхното обвързване в консистентно цяло, каквото е неговата *икономическа философия*.

Непосредствената задача на тази студия е да постави началото на нейното философско-методологическо и съдържателно представяне пред българския читател.

1. Хайек за философско-методологически проблеми на икономическото познание

В основата дори на привидно чисто икономическите си съчинения Хайек поставя редица метанаучни проблеми на икономическото познание. Особено показателна и повратна в това отношение е лекцията *Economics and knowledge*, изнесена от него пред Лондонския икономически клуб на 10.11.1936г.⁴ От този момент нататък основен предмет на неговия научен интерес става *ролята, която играят в икономическия анализ предпоставките и твърденията за знанието, притежавано от различните членове на обществото.* Този въпрос Хайек свързва пряко с не по-малко важния за икономиката методологически проблем за степента, в която икономическият анализ дава знание за реалния свят. За да реши поставените в това неголямо по обем съчинение задачи, тук и в по-нататъшното си творчество той свързва в едно цяло проблемите на чистия икономически анализ с тези на логиката, теорията на познанието, теорията на информацията, статистиката и психологията.

Това е очевидно в твърдението му, че логически правилните тавтологии на формалния икономически анализ на пазарното равновесие могат да се превърнат в пропозиции, които ни казват нещо за реалния свят, само ако се изпълнят с определени съждения за това как знанието се

⁴ Вж. Hayek, F. *Economics and knowledge*. – *Economica*, February 1937, Vol 4, N 13, 33-54.

открива, придобива и обменя между хората. Хайек е обезпокоен от тенденцията икономическата наука да се превръща в раздел на чистата логика или на математиката. Според него единствено емпиричната част от икономическата теория съдържа твърдения за това как реално става придобиването на познание в обществото, но те сами по себе си нямат научна стойност. Поради това той подчертава, че в опитите да се потърси решение на този въпрос отвъд границите на анализа на равновесието отговорът трябва да се свързва с проблемите за социалната промяна, социалното време, социалните отношения, социалното поведение, планирането, предвижданията, размяната и очакванията, с методологическия проблем за същността и характера на научните данни и факти, с теориите на риска, на решенията и за неперфектната конкуренция. Според него е очевидно, че при разглеждането на по-динамични икономически въпроси като тези за парите и индустриалните колебания посочените проблеми и теории ще играят основна роля за точното дефиниране на използваните понятия и за правилното формулиране на издиганите тези. Но всичко това Хайек разглежда като специфичен аспект на по-широкия въпрос *за границите на приложение на икономическия анализ в общественото познание*.

Логиката на изследването на тези проблеми довежда Хайек до убеждението, че задачата на социалните науки е да правят систематичен "анализ на социалните отношения през призмата на понятията съответствие и несъответствие, чрез термините конкурентност и неконкурентност на индивидуалните цели и желания".⁵ Според него в обществото като цяло може да се говори за състояние на равновесие единствено от гледна точка на времето, т.е. през призмата на *еволюцията на обществените отношения*. Това означава, че различните планове на индивидите, които те изпълняват чрез действията си във времето, са взаимно конкурентни, съгласуващи се и еволюиращи. Равновесието не е статично състояние, а динамичен процес, който ще продължи, щом веднъж е установен, докато външната информация съответства на общите очаквания на всички членове на обществото. В този смисъл продължителността на равновесието не зависи от "обективно дадените данни", които са постоянни в абсолютен смисъл, и не е по необходимост ограничена до статичните явления. Анализът на равновесието е приложим спрямо прогресиращите общества и към интертемпоралните социални отношения. Реалното съдържание на допускането, че в обществото съществува тенденция към равновесие, се изразява според Хайек в това, че при определени условия познанието и стремежите на различните членове на обществото клонят към все по-голяма съгласуваност, т.е. че *очакванията* на хората и в частност на предприемачите ще стават все по-адекватни на *действителността*. Това обаче все още не изяснява *централните за социалните науки въпроси за условията, при които съществува равновесието, и за природата на процеса, в който индивидуалното знание се променя*. Традиционният икономически анализ заобикаля тези неудобни въпроси, като приема концепцията за перфектния пазар, в който всеки факт се познава напълно обективно от всеки член на обществото, знаещ напълно рационално кое е подходящо за неговите решения. Но реалните пазари не са

⁵ Пак там, заб. 4.

перфектни никъде по света. Затова основният въпрос при обяснението на социалните процеси е *как знанието се придобива и разменя между хората, какви са отношенията между мисленето на индивидите (което не е чисто рационално, но и интуитивно) и външния свят, до каква степен и как тяхното знание съответства на външните факти, какво количество и от какъв вид трябва да е то, за да може науката да говори за равновесие*. Следователно според Хайек изследването трябва да се насочи към разкриване на каузалните и структурните връзки в обществото и към начина, по който опитът създава знанието. Във връзка с това той въвежда понятията **"релевантно знание"** и **"разделение на знанието"** (второто от които е в голяма степен аналог на разделението на труда) и издига неочакваната за онова време теза, че именно разделението на знанието, което е било напълно игнорирано от икономистите, *е истинският централен проблем както на икономическата, така и на всички социални науки*. Проблемът, в който икономиката е навлязла най-дълбоко, но все още не е разрешила напълно, е как спонтанните взаимодействия между множество хора и комбинацията на фрагментите от знанието, съществуващо в различни умове, водят до такова състояние на нещата, в което се установява съответствие между цените и разходите, между търсенето и предлагането и т.н.? Как се постигат такива резултати, които, ако знанието се придобиваше преднамерено и съзнателно, биха изисквали наличието на една всезнаеща личност? Това е част от по-общия въпрос защо и как субективните и относителните знания на различните хора съответстват на обективните факти, характеризиращи състоянието на обществото? При изнасянето на лекцията Хайек все още не може да посочи отговорите на тези епистемологични и социално-икономически въпроси, но тяхното поставяне го кара постепенно да промени проблемното поле на своите изследвания, да се насочи към общи за всички социални науки проблеми и да потърси нови подходи за адекватното им решаване.

Казаното дотук ни позволява да направим няколко извода. Първо, Хайек се стреми към изграждането на обективни и всеобщо признати обяснения на причините за икономическите и социалните феномени чрез един емпиричен модел на нашия опит. Второ, основен проблем на социалните науки е непреднамереният ред, а промяната в разбиранията на хората се разглежда като емпиричното съдържание на научните твърдения относно причината за промените в този ред. Трето, индивидуалното (атомизираното) поведение на човека не е действителният обект на социалните науки. Четвърто, обяснителният модел на Хайек съдържа както каузални, така и структурни аспекти.

Често се твърди, че обяснителната стратегия на Хайек, наречена "методологически индивидуализъм", има за цел да формулира закони, теории и интерпретации за убежденията и желанията на индивидите, т.е. закони и теории за индивидуалните действия, поведение или психика. Но Хайек разглежда научаването и промяната в твърденията като намиращи се отвъд всяка "дадена" мрежа от възгледи и намерения. Той отхвърля разбиранията, че обяснителната цел на икономиката може да се осъществи чрез създаването на "теория за рационалния избор", "науката за избора" или "теорията на действието". Обяснителните единици на Хайек са не

изолираните индивиди, а тези, които се обучават и достигат до нови разбирания за нещата в определен конкретен социален контекст.⁶

За да формулира ясно и точно своите оригинални идеи, Хайек построява **цялостна система от понятия** с категориален статус, която идва не само от една отделна наука, а е **негова собствена интеграция на категориите на различни социални науки**. Каква е по същността си тази система? Чисто икономическа? Чисто философска, политологическа или правна?... Че тя не е такава, се вижда още от най-ранните му произведения.⁷ Подобно на Макс Вебер, Хайек свързва категориите на икономиката с тези на правото, социологията, политологията, етиката, епистемологията, социалната психология, управлението. Той прокарва нова линия през добре известни на останалите социални науки методи, факти и понятия, като не само външно обединява разнородните явления, но и открива *вътрешното родство* между тях, подчинява ги на една нова абстракция и систематизация, наречена "спонтанен ред". Картината на света, която пресъздава Хайек, организира представите му за обществото и цивилизацията около единни смислови центрове, фиксира основните му принципи и постулати, определя мястото на човека в света, структурните възможности и пътищата на социалното действие. Така известни определености, които досега са били разглеждани в други и най-разнообразни отношения, се осъзнават като обединени от една нова връзка, образуваща неговата *цялостна социално-икономическа онтология*.

Централно място в нея заемат проблемите на взаимодействието между икономиката, политиката, правото, традициите и морала. По-нататък ще разгледаме само три аспекта от богатото творчество на Хайек в това направление - концепцията за парадигмалното значение на пазара, въпроса за релациите между пазарната конкуренция, планирането и демокрацията и проблема за отношенията между собствеността, справедливостта и свободата.

2. Концепцията на Хайек за парадигмалното значение на пазара

Приносът на Хайек към социалните науки в най-широкия смисъл на думата при изследването на функционалната годност на различните икономически системи е оригинален и значителен. От 1933г. насам той се впуска в задълбочени и всестрани проучвания на отношението между пазара и централизираното държавно планиране, като прави задълбочен преглед на теориите и концепциите по изследвания проблем в различните научни дисциплини и включва техните най-добри постижения в своя

⁶ Като примери за неразбиране на действителната обяснителна стратегия на Хайек могат да се посочат Джон Уолкинс, Робърт Нозик, Ернст Хагел, Даниъл Хаусмън, Кенет Ароу, Марина Бианки и Джон Елстър.

⁷ Вж. Hayek, F. *The trend of economic thinking*. – *Economica*, May 1933, Vol 13, N 40, 121-137; *Der stand und die nachste zukunft der Konjunktur forschung*. In: *Festschrift fur Arthur Spiethoff*, Gustav Clausing, ed. Munich, Duncker & Humblot, 1933; *The outlook for interest rates*. – *The Economist*, N 7, 1934; *Collectivist economic planning: critical studies on the possibilities of socialism*. ed F.V Hayek, Londres, Routledge & sons. New York, Kelley, 1935 и др.

собствена концепция. Това му позволява да разбере интегралните измерения на пазара и неговото място в обществената система; да предложи нови аргументи относно основните трудности на социалистическото планиране и да отхвърли възможностите за постигане на положителни резултати чрез въвеждането на централизирания пазарен социализъм в неговите различни форми. Основният принцип, от който Хайек се ръководи при цялостното сравняване на различните икономически системи, е: *да се изучи колко ефективно се използва цялото знание и цялата информация, разпръснати сред индивидите и предприятията*. В резултат от направения анализ неговото заключение е, че единствено чрез продължителната и всеобхватната децентрализация на пазарната система, за която са характерни конкуренцията и свободното определяне на цените, е възможно да се постигне пълно използване на знанието и информацията.

Идеите на Хайек по този проблем са публикувани в множество трудове през 40-те и 50-те години.⁸ Без съмнение те дават значителен импулс за нови интензивни и многобройни компаративни изследвания. За Хайек те не са просто въпрос за защита на либералната система на икономиката, както понякога се създава впечатление в популяризираните версии за неговото мислене. За него това е въпрос за всеобхватно задълбочено изследване и доказване на теоретичната му позиция.

"Едно от постиженията на икономическата теория - подчертава Хайек - се състои в това, че тя обяснява как едно такова взаимно съгласуване на спонтанните действия на индивидите се осъществява чрез пазара."⁹ Само всестранният анализ на спонтанния пазарен ред може да разреши привидните парадокси на икономиката, свързани с ролята на многообразието в производството, намирането, събирането и оползотворяването на информацията.

Тези изходни положения съставляват сърцевината на цялостната аргументация на Хайек в защита на *спонтанния пазарен ред* и срещу "намесата" на организациите в него. Тук могат да се открият два принципни момента в разбиранията на Хайек. Първо, *икономическата свобода* е

⁸ Вж. Hayek, F. *The road to serfdom*, London, Routledge, Chicago, University of Chicago press, 1944; *No totalitarianism by the back door*. – Sunday Times, London, 21 May 1944; *Individualism: true and false*. Dublin, Hodges, Figgis & co, and B.H Blackwell Ltd, Oxford, The 12th Finlay lecture, 1946.; *Socialism must face dangers of Statism*, New Leader, 14 august, 1946; *Individualism and economic order*. Londres, Routledge & Kegan Paul, Chicago, University of Chicago press, 1948; *Freedom and the economic system*, University of Chicago press, 1948; *Der Mensch in der Planwirtschaft*. – In Weltbild und Menschenbild, Innsbruck and Vienna, 1948; *Die politischen Folgen der Planwirtschaft*. – Die Industrie, Zeitschrift der Vereinigung Österreichischer industrieller, Vienna, January, 1948, N 3; *Full employment, planning and inflation*. – Institute of public affairs review, Melbourne, Australia, 1950, Vol. 4, N 6; *Die Überlieferung der Ideale der Wirtschaftsfreiheit*. – Schweizer Monatshefte, September 1951, Vol 31, N 6; *La libertad, La economía planificada y el derecho*. – Temas contemporaneos, Buenos Aires, 1958, N 3; *Das Individuum im Wandel der Wirtschaftsordnung*. – Der Volkswirt, N 51-52, Frankfurt and Main, 1958; *The free market economy: the most efficient way of solving economic problems*. – Human events, 16, 16 December 1959, N 50 и др.

⁹ Hayek, F.A. *The Constitution of Liberty*, p.159.

основата на всички права и свободи на личността. С нейното унищожение се разрушават основите на зданието на цивилизацията. Второ, утвърждаването на тоталитаризма е необходим резултат от пренасянето в съвременното общество на принципи, върху които са изградени съзнателно автономните организации от типа на армията, фирмите и полицията, а ужасните примери на тоталитарните режими произтичат непосредствено от благонамерените опити да се преустрои животът на обществото в съгласие с някаква единна, рационална, предварително поставена цел.

Установяването на тоталитаризма, подчертава Хайек, не влиза в съзнателните замисли на проектантите на бъдещето. Тоталитаризмът е непредумишлено, от никого непредвидено следствие от техните опити съзнателно да управляват обществото по единен план. Някога А. Смит показва как благодарение на спонтанните сили на пазара хората, движени от частните си интереси, могат да допринесат за достигането на общото благо и за увеличаването на населението.¹⁰ Но индивидуалните и обществените последици от строителството на социализма са коренно противоположни на постиганите чрез принципа на "невидимата ръка".

Спонтанният пазарен ред е основан върху *реципрочността и взаимната изгода*. Хайек споделя възгледите на Джовани Сартори за основните достойнства на пазара, а именно: той е единствената основа за изчисляване на цени и разходи, която не изисква разходи за управлението си, която е гъвкава и податлива на промяна, допълва свободата на избора и извънредно много опростява информацията.¹¹ *Пазарният ред* често погрешно се описва като *икономически ред*, но да го наричаме "икономика", подобно на това, което имаме предвид под национална или световна икономика, според Хайек е признак на тясно икономически подход и е неправилно. *Икономиката* в точния смисъл на думата представлява *организация* (стопанство, ферма, кооперация, фирма, държавна администрация) или съзнателно извършвани действия за постигане на определени цели чрез използването на подходящи ресурси. Именно в смесването на *спонтанния пазарен ред* с *икономиката* се коренят повечето опити за построяване на целенасочено управлявано национално стопанство. За да предотврати по-нататъшни грешки в това отношение, Хайек нарича спонтанния пазарен ред *каталактика*. Този термин произхожда от старогръцкия глагол *katallattein*. За него каталактиката е "*метатеория, теория за теориите*, разработена от хората, за да обясни как по-ефективно да откриват и да използват различни средства за разнообразни цели".¹² В това разбиране на пазарния ред не само като размяна, но и като *допускане в общността, като превръщане на един непознат, чужденец или враг в член на общността, като гласуване на доверие*, отново откриваме философските измерения на подхода на Хайек към, на пръв поглед, чисто икономическите проблеми.

¹⁰ За повече подробности по въпроса за ролята на разширяващия се ред за нарастването на населението вж. Хайек, Ф. Фаталната самонадеяност. Грешките на социализма. С., 1997, 161-180.

¹¹ Вж. Сартори, Дж. *Теория на демокрацията. Класическите проблеми*. ЦИД. Книга 2. Пазар, капитализъм, планиране и технокрация. С., 1992.

¹² Хайек, Ф. *Фаталната самонадеяност...*, с.133.

Хайек продължава икономическите си изследвания в същия дух и разглежда търговията, стокообмена, финансовите организации и пазарния ред изобщо като упражняване на реален умствен труд по откриване и предаване на информация за обектите, които задоволяват потребностите на хората и са предмет на техния интерес. Тези институции *са труд*, осигуряващ както индивидуалното, така и общественото богатство *чрез усилията на мозъка*. Именно затова ключов за спонтанния пазарен ред според Хайек е проблемът за координирането на знанията, разпръснати в обществото от развитието на разделението на труда сред множество отделни индивиди. За да изясни този въпрос, с помощта на епистемологията Хайек разработва *концепцията за разделението на знанието*, началото на която, както вече споменахме, поставя още през тридесетте години. Той гледа на тази концепция като на свое най-голямо научно достижение, което е продължение на теорията за разделението на труда и чиято структура е изоморфна, основава се на структурата на разделението на труда и не може да бъде разбрана без нея.

Концепцията на Хайек за разделението на знанието лежи в основата на неговия възглед за *парадигмалното значение на пазара и конкуренцията* по отношение на живота на хората в обществото. Основните моменти на този възглед са следните:

В икономическите процеси определяща роля имат *индивидуалните, неявни знания и специфичната информация за локални обстоятелства и факти*. Тези знания са въплътени в различни конкретни традиции, обичаи, навици, умения, нагласи, очаквания и привички на индивидите, които ги използват понякога, без дори да ги осъзнават. Хайек разглежда всеостранно тяхното първостепенно значение за пазарния ред, а по-късно и обществото като цяло, за да отхвърли рационалисткия и сциентистки предразсъдък, свеждащ всяко знание единствено до експлицитното или дори до научното знание.

За целта той представя пазара като своеобразна *информационна система*, а конкуренцията като *"откривателска процедура"*, като механизъм за обективизиране, обмяна и взаимно съгласуване на разпръснатото в обществото *"невидимо"* знание. Този механизъм осигурява неговата най-добра координация и най-пълно използване. В това се състои решаващото *икономическо, епистемологично и социологическо предимство* на пазара пред централизираната планова икономика.

В условията на спонтанния пазарен ред хората разполагат със защитена от закона сфера на своя частен живот. В нейните предели те са способни самостоятелно, на своя отговорност и риск да вземат всякакви решения, чиито последици - положителни или отрицателни - ще се стоварват непосредствено върху тях. Затова хората са заинтересувани да взимат под внимание цялата достъпна им информация и да използват цялото си налично знание и способности в максимална степен.

Взаимното съгласуване на разнообразните индивидуални решения и действия се осъществява от *ценовия механизъм*. Цените изпълняват ролята на *носители на абстрактна информация* за общото състояние на системата. Те *подказват* на пазарните агенти кои от достъпните им технологии и ресурси, вкл. и човешкият фактор, имат най-голяма относителна

стойност, т.е. къде да насочват усилията си, за да постигнат най-добри резултати. Синтезът на абстрактната ценова информация и конкретните личностни знания и умения на хората им позволява с най-малки разходи да се вписват в общия ход на събитията, да координират своята информация с тази на останалите, за чието съществуване те често дори нищо не знаят. По такъв начин *пазарната конкуренция* се оказва единствената процедура по разкриването, предаването, координирането и прилагането на неявното личностно знание, разсеяно сред милиони индивидуални агенти,¹³ защото отделният предприемач може да отчита движението на цените, но не може да го контролира.

Изводите, които прави Хайек от този философско-икономически анализ на пазара, са, че колкото по-сложно е обществото, толкова по-голяма роля играе разделението на знанията между индивидите, чиито самостоятелни действия се координират благодарение на *безличния* механизъм на предаване на информацията. Във *"Фаталната самонадеяност"* Хайек отново подчертава, че информацията, която индивидите или организациите могат да използват, е по необходимост фрагментарна, косвена и модифицирана. Но именно чрез тези потоци *абстрактни пазарни сигнали* (т.е. цени) цялата пазарна система клони към динамично равновесие и нагаждане, към условия, които са непредвидими и неизвестни на който и да е пазарен агент поотделно. Така цялата структура оцелява, а чрез нея и тези, които я използват и играят по нейните правила.

Макар пазарният ред да е далеч от съвършенство и често неефективен, той е в състояние да се разраства повече от всеки друг ред, създаден чрез съзнателните усилия на хората. Хайек е убеден, че повечето от недостатъците на пазара са следствия от опитите да се спре или възпрепятства функционирането на елементите му чрез външна намеса. Други недостатъци на пазара са свързани с външните му граници, с това, че пазарната система не може да обхване всичко, т.е. че тя винаги е била и ще си остане една *подсистема*, колкото и важна да е за обществото.

Главното "действащо лице" е пазарът, а не отделният човек. *Собствениците на капитал* са част от пазара и са подчинени на неговите правила. Капиталистите не са изобретили пазара. В действителност е вярно обратното. Тук като че ли влизат в противоречие два от основните възгледи на Хайек: неговият индивидуализъм и привързаността му към пазарната система, която като че ли въвежда холизъм в позициите му. Това, че той и останалите индивидуалисти защитават пазара, който "смазва индивидуалния производител" в името на колективистични потребителски придобивки, се определя от Сартори като "израз на крещяща непоследователност".¹⁴ Но всъщност въпросът е: служи ли пазарът на индивидите и защитава ли той техните интереси? В това отношение трябва да подчертаем, първо, че *индивидуализмът на Хайек* винаги е бил *методологически*, а не онтологични, епистемологични или идеологически. Второ, той разглежда *спонтанния пазарен ред* не като субект, а като *интерсубективен механизъм*,

¹³ Вж. например Hayek, F.A. *Competition as a discovery procedure*. Kieler Vortrage, Kiel, 1968, Vol. 56.

¹⁴ Сартори, Дж. Цит. съч., с.228.

чието действие защитава преди всичко свободата на индивидите и техните крайни, а не преки и непосредствени интереси. Методологическият индивидуализъм на Хайек няма нищо общо нито с редуccionизма на логическия емпиризъм, свеждащ научното изследване до твърдения относно убежденията (познанието) и желанията (мотивите) на индивидите, нито има нещо общо с "теорията на рационалния избор", нито с атомистичните теории за действието или поведението, нито с методите за разбиране и интерпретация на индивидуалното поведение през призмата на менталните преживявания или на отношението между индивидуални средства и цели.

3. Релация между пазарната конкуренция, планирането и демокрацията

И така, въпреки всички свои "недостатъци", пазарът според Фридрих Хайек е в състояние да интегрира и преработва такъв обем информация, който е непосилен всяка една система на централизирано ръководство и управление.¹⁵ Причините за безсилието на такъв тип системи лежат в различни сфери на обществения живот извън икономиката, но те не са единствено от техническо или от епистемологично естество.

Първата от тях е действието на *фактора време*. Благодарение на неговото отчитане Хайек успява да разсее илюзията, че социализираната икономика може, подобно на пазара, да събере в едно цялата налична информация и да я представи на компетентните органи за изработването на оптимални решения. Еволюционната гледна точка, на която винаги стои Хайек, му позволява убедително да докаже, че докато информацията се събира и предава в съответния център (където тя се обобщава, правят се разчетите и се вземат решенията), условията могат дотолкова да се променят, че тази информация да се обезцени. Централизираното управление по принцип не е в състояние да догонва непрекъснато извършващите се в обществото изменения, което го обрича на забавен икономически растеж и постепенно абсолютно влошаване на неговото благосъстояние.

Наред с това изследването на ролята на *интересите* дава основание на Хайек да направи извода, че в централизираните икономики субектите обикновено не са заинтересувани да подават към центъра пълни и достоверни сведения. Тази система не предлага достатъчно материални и морални стимули нито за излагане на вече наличната, нито за разкриване на нова информация.

Не по-малко важно е гносеологичното и лингвистично обстоятелство, че делът на икономически значимата информация, която се съдържа в неявните индивидуални знания, по принцип не се поддава на вербализация и експликация – нито чрез езика на формулите и цифрите, нито чрез естествения език. Следователно тя не може да бъде предадена дори и при най-добро желание по веригата към центъра. Освен това е ясно, че хората

¹⁵ За подробности по въпроса за границите на използването на фактическото знание, ролята на целите, цените, търговията, парите и финансите вж. още Хайек, Ф. *Фаталната самонадеяност...*, 96-142.

въобще не осъзнават определена немалка част от своите знания и възможности, а научават за тях единствено в екстремни, необичайни ситуации, към които им се налага понякога да се приспособяват. Но тези ситуации никой, дори компютърният център на системата, не би могъл да предвиди предварително. Никой не е в състояние да съобщи на другите всичко, което знае, защото по-голяма част от информацията, която може да използва, самият той извлича едва в процеса на осъществяване на своите намерения в специфичната ситуация, в която се намира.

Поради съвместното действие на тези и други фактори огромна част от *информацията* в рамките на централизираната икономика остава непоискана, неподадена, неизразима или неосъзнавана, а *координацията* на постъпващата се оказва извънредно неефективна. Затова според Хайек и останалите теоретици на неоавстрийската школа (и както показва практиката в над седемдесет страни по света) плановата икономика е обречена на разчетен или *калкулационен хаос*.

Преодоляването на всички теоретични затруднения, свързани с *планирането*, води до необходимостта от всестранно изясняване на смисъла и основанията на идеята за централизираното икономическо планиране. Популярността на тази идея се дължи според Хайек преди всичко на разбираемия от позициите на психологията стремеж на хората да решат общите си проблеми рационално и да могат да предвиждат резултатите от своите действия. В това отношение всеки, който не е краен детерминист или фаталист, мисли "*планово*". Всяко наше действие в обществото е акт на планиране независимо от неговия характер и цел. Икономическата дейност е неразривно свързана с него.

В областта на икономиката Хайек различава *две разбирания за "планирането"*. Първото е искането за централизирано управление на цялата икономическа дейност, осъществявана по единен план. В него точно и недвусмислено е предписано как "съзнателно" ще се използват обществените ресурси за постигането на определените цели. Второто, либералното разбиране се ограничава до твърдението, че ако хората искат да разпределят доходите или богатата в съответствие с определени стандарти, те трябва да прибегнат до планирането. Достатъчно е да се създаде рационална система, в рамките на която да протичат различните процеси и дейности, направлявани от индивидуалните планове на отделните личности.

Хайек е съгласен, че хората трябва да избират разумно типа организация на своето общество и че при подготовката на нашите общи дела е необходимо да се прилага прогнозирането и системното мислене. Но той не е съгласен с **начина**, по който социалистите осъществяват всичко това. Под планиране те разбират само *централизираното организиране и управление на всички процеси в обществото в съответствие със съзнателно конструирана програма*. Начинът, към който са привързани либералите, се състои предимно в *създаването на подходящи условия за мобилизиране на знанията и инициативата на отделните индивиди, които сами планират своята дейност*.

Целта на либералите е култивирането на подходяща обществена среда за максимална конкуренция, която е най-добрият начин за управление и координиране на дейността на хората. За тях конкуренцията е цел, а не

средство за постигане на други цели. Затова Хайек подчертава, че тяхното разбиране не трябва да се смесва с принципа "laissez-faire", който в действителност е призив да се оставят нещата на самотек. Либералите не отричат, че там, където е невъзможно създаването на условия за ефективна конкуренция, могат и трябва да се използват други методи за управление на икономическата дейност. Въпреки това те предпочитат конкуренцията, защото "тя позволява дейността да се координира по вътрешен начин, избягвайки насилствената намеса"¹⁶ и "съзнателния обществен контрол", който дава шанс на хората самостоятелно да вземат решения.

Ситуациите, напълно изключващи насилието, изискват пълна свобода на пазарните агенти да купуват и продават на всяка цена, за която има желаещи. Те изискват всеки да е свободен да произвежда, продава и купува всичко, което може да бъде произведено и продадено. Необходимо условие за ефективна конкуренция е и създаването на добре обмислена система от закони. Правото трябва да осигурява равен достъп на всички хора до всички отрасли, юридически гаранции срещу евентуални опити за ограничаване на този достъп, отсъствие на контрол върху цените и количеството на стоките, който отнема способността на конкуренцията да координира усилията на хората. Защото в този случай колебанието на цените престава да отразява изменението на конюнктурата и не може да служи за надежден ориентир в икономическата дейност. Подобни ситуации обаче невинаги са постижими. Понякога са наложителни мерки, ограничаващи достъпа на всички до вредни производствени технологии, налага се създаването на мрежа за социално обслужване и т.н.

Принципът на планирането е лозунгът, под който според Хайек са събрани всички стари и нови противници на конкуренцията. Социалистическата пропаганда на планирането е това средство, което придава известен авторитет на позициите, насочени срещу конкуренцията в очите на либерално настроените хора и разколебава техните позиции. За да проучи още по-задълбочено тази страна на проблемите, свързани с планирането и конкуренцията, Хайек предприема *семантичен анализ* на значението и смисъла на понятието "планиране". Според него то е претърпяло значителна метаморфоза и е превърнато от социалистите в своята противоположност. Поради това първоначалното значение на термина е отдавна изоставено и забравено. Наред с всичко друго в тази сфера се изработват нови безсмислени и пълни с вътрешни противоречия производни понятия и съответните им практики, например тези за "конкурентния социализъм" и "пазарния социализъм". Те са плод на опитите да бъде даден адекватен социалистически отговор на либералната критика и да се спаси свободата в плановото общество, да се съедини колективната собственост със съхраняването на всички свободи на хората.

Това кара Хайек да разгледа и някои *междинни общественно-икономически форми* като синдикалната или "корпоративната", които възникват в борбата между конкуренцията и планирането и са опит за съчетаване и примиряване на двете крайности. Но те не задоволяват нито либералите, нито привържениците на плановата система. Тези форми според

¹⁶ Хайек, Ф.А. *Дорога к рабству*. – Вопросы философии, 1990, N 10, с.133.

Хайек нямат никакво самостоятелно бъдеще. Те са временни и неефективни и рано или късно започват да клонят или към "атомизираната" конкуренция, или към централизираното планиране. *Средният път*, макар привлекателен и на пръв поглед разумен, е нереалистичен, защото е невъзможно конкуренцията да се съедини с планирането, без тя да се отслаби като фактор в организацията на производството. "И конкуренцията, и планирането – подчертава Хайек – губят своята сила, ако се използват в орязан вид. Това са алтернативни принципи за решаване на един или друг проблем и тяхното смесване ще доведе само до загуби, т.е. до резултати, по-плачевни от тези, които биха се получили при последователното прилагане на единия от двата."¹⁷

Планирането, което Хайек критикува, е "преди всичко и изключително планирането, насочено против конкуренцията, което трябва да я замени"¹⁸. Той признава мястото и ролята на "другото действително необходимо планиране, чиято цел е повишаването на ефективността на конкуренцията".¹⁹

Всестранното изучаване на планирането и конкуренцията изправя Хайек пред проблема за връзката им с развитието на технологиите, политиката и мисленето. Затова той се заема с опровергаването на възгледите на привържениците на *мита за неизбежността на планирането* и за угасването на конкуренцията.²⁰ Най-общо те твърдят, че естественият процес на развитие на новите технологии засилва тенденцията към монополизиране и планиране. Според тях това е необходим обективен процес, който произтича от вътрешноприсъщите несъвършенства на пазара и не зависи от отделните хора. Но според Хайек този мит, който е безкритично преразказван от книга в книга, няма нито логическо, нито фактологическо основание. Той е плод на половинвековната пропаганда, направила това мнение доминиращо.²¹

Мислителят не отрича историческия факт на засилването на монополите и ограничаването на сферата на действие на свободната конкуренция нито съществуването на централизирани икономики с концентрирано производство. Но за него те не са следствия от развитието на технологиите, а са продукти на определена политика на управляващите в социалистическите и повечето от западните страни. Движението към планова икономика *не* е предизвикано от никаква обективна необходимост, а е следствие от съзнателен интелектуален избор на дадена група хора, чието мислене определя тенденциите в общественото развитие в определено място и време. Според него "интелектуалната история през последните

¹⁷ Пак там, 135-136.

¹⁸ Пак там, с.136.

¹⁹ Пак там.

²⁰ Между тях според Хайек са например Гълбрайт и Бродел. Вж. Хайек, Ф. *Schumpeter on the history of economics*. – Book review of Joseph Schumpeter, *History of economic analysis*, The Freeman, 1954.

²¹ По този въпрос Хайек пише още през 1951г. своите *Comments on 'The Economics and Politics of the modern corporation'*, The University of Chicago Law School, Conference Series N 8, 7 December, а след това *The corporation in a democratic society: in whose interest ought it to and will it be run?* In: *Management and corporations*. M. Anshen and G.L Bach, eds. New York, McGraw Hill Company, 1960.

шестдесет-осемдесет години може да служи като блестяща илюстрация на тезата, че в общественото развитие няма нищо "неизбежно", а само мисленето го прави такова".²²

Теоретичните източници на концепцията за неизбежното прерастване на икономическата система, основана върху конкуренцията, в "монополистичен капитализъм" са следващият обект на анализа на планирането и конкуренцията. Хайек ги открива в трудовете на немските социалисти и преди всичко в тези на Зомбарт, който обобщава опита в своята страна и го разпространява по цял свят. Подобни възгледи според него са израз на пълното неразбиране на действието на принципа на конкуренцията, който е приложим главно в сложни ситуации, породени от разделението на труда. При такива условия единствено конкуренцията може да осигури истинска координация в усилията на хората. Когато факторите са толкова много, че е невъзможно да се отчетат и интегрират в обща картина, единственият изход е не централизацията, а *децентрализацията*.

Последната обаче поражда проблема за координацията. Хайек има предвид такава координация, която позволява на независимите агенти да организират своята дейност в съответствие с известните само на тях обстоятелства и да съгласуват своите планове с тези на другите. Координацията по необходимост не е "съзнателен контрол", а "система от мерки, обезпечаващи индивида с информация, която е нужна за съгласуването на неговите действия с действията на другите".²³ Вместо неефективен работещ център е необходим такъв *механизъм*, който автоматично да регулира всички съществени последици от индивидуалните действия и да ги изразява в универсална и абстрактна форма. Тя би трябвало да бъде както резултат от минали, така и ориентир за бъдещи индивидуални решения. Както вече беше посочено, в условията на конкуренцията това е механизмът, незаменимата *система на цените*. Предприемачът съгласува действията си с тези на другите, като наблюдава движението на сравнително неголямо количество цени в своята област. Той може да отчита движението на цените, но не и да го контролира.

Хайек разглежда и друга теория, свързваща разрастването на монополите с техническия прогрес. Но тя е противоположна на предишната, защото в нея се твърди, че съвременните технически постижения не могат да се прилагат, докато не се вземат мерки против конкуренцията и не се установи монопол. Привържениците на тази теория объркват техническото усъвършенстване с обществената полза от такива общи придобивки като електричеството, газификацията и др., заради които понякога се ограничават конкуренцията и свободата. Въпреки това обаче според Хайек винаги трябва да има възможност за съществуването на различни и за появата на нови направления на развитието. Затова в името на свободата хората би трябвало да се ограничават в използването на материалните предимства или дори да се отказват от някои от тях, защото свободата ще им позволи в бъдеще в много по-голяма степен да развият своите знания.

И на двата възгледа за нарастването на ролята на монополите Хайек

²² Хайек, Ф.А. *Дорога к рабству...*, с.139.

²³ Пак там.

отговаря, като свързва проблема с *ролята на държавата* в този процес. Монополните позиции са нежелателни за либералите, но реално съществуващи. По-важно е правителството да се въздържа от подпомагане на монополите, отколкото да се бори с тях, да не ограничава конкуренцията, а да я стимулира, защото всички контролирани от властта монополи рано или късно се превръщат в закриляни от нея монополи. Нерядко те продължават съществуването си дори и тогава, когато то вече не е оправдано. Според Хайек съвременната антимонополна политика в значителна степен е погрешна поради това, че изхожда от *теорията за перфектната конкуренция*, която е нерелевантна при отсъствието на условията, които са я породили, а именно: броят на купувачите и на продавачите на даден пазар да е достатъчно голям, за да бъде невъзможно който и да било от тях преднамерено да влияе върху цените, т.е. стоките да се продават по цени, еквивалентни на пределните разходи за производството им.

Монополизмът, застрашаващ действието на конкуренцията и пазара, според Хайек днес обаче е най-опасен не в областта на производството, а в *сферата на труда*. Той е убеден, че запазването на пазарния ред зависи главно от това дали именно тук тази тенденция ще бъде поставена под контрол. Мерките на правителствата за административно определяне доходите на отделни групи хора чрез т.нар. "*политика на доходите*" и инфлационната финансова политика за осигуряване на средства за работна заплата са напълно деструктивни спрямо спонтанния пазарен ред и в частност – спрямо пазара на труда и конкуренцията на работната сила. Палиативните монетарни действия само временно отлагат, но не решават главния проблем. Фундаменталните и засега нерешими дилеми на паричната и финансовата политика са преодолими единствено чрез възстановяването на пазара като ефективен инструмент за определяне на заплатите.

Друга теоретична причина за възникването на възгледите за неизбежността на монополите и планирането е неразбирането на същността на *конкуренцията*, смесването на *конкуренцията като структура и механизъм*, като правила на пазарната игра със *степенята на конкурентност*, т.е. с начина на прилагане на тези правила. Докато правилата на играта са инвариантни, действителната игра се променя; тя дори може и да не се играе, но правилата остават в сила. Както казва Сартори, "един пазар може да бъде слаб, но потребителите все пак са защитени поради *конкурентната структура на системата*".²⁴

Привързаността към монопола и планирането има според Хайек и своите професионално-психически основи. Тя е най-разпространена сред техническите специалисти. Хайек обяснява този факт с обстоятелството, че всеки технически замисъл може да бъде изпълнен за относително кратко време. Професионалните нагласи и амбиции на техническите специалисти ги карат да се обявяват против съществуващото несъвършено състояние на нещата в икономиката и да настояват за тяхното незабавно по-добро съзнателно организиране и ръководене чрез планирането от единен център.

Същевременно планирането е най-привлекателно за най-големите мечтатели и идеалисти. Но именно те в края на краищата се оказват най-

²⁴ Сартори, Дж. Цит. съч.

опасните врагове на свободното общество и най-големите противници на опитите на другите хора да осъществят своите собствени различни цели и идеали.

Ако специалистите от областта на икономическата наука имат някакво предимство пред тези от другите научни области, то се състои според Хайек в това, че "икономистите разбират най-добре от всички, че не притежават знанията, необходими за "координатора", защото техният метод е координация, неизискваща диктатура. Тя предполага свобода на безличните и често непостижими усилия на индивидите, които предизвикват протеста на специалистите".²⁵ Тази многократно повторена мисъл на Хайек отново недвусмислено показва имплицитното присъствие на интегративния подход в неговото изследване на икономическите проблеми. Защото какво означава *координация*? Какво означава *да координираш*? В този основен за Хайек термин се съдържа идеята за свързването, съединяването, комбинирането, съчетаването, съпоставянето, композирането, съгласуването, обединяването в работеща хармония на различните елементи на едно цяло. *Идеята за координацията като основен метод не само на икономическите, но и на всички социални науки преминава като червена нишка през цялото научно творчество на Хайек.*

Както вече посочихме, Хайек описва общата черта на всички планово-колективистични системи като стремеж за съзнателна координация и организация на производителните сили на цялото общество за изпълнението на определена обща задача. Това обаче изисква създаването на цялостна скала на всички човешки потребности, която да обхване всички човешки ценности. Изисква преимущественото приложение на *холисткия подход при вземането на решенията*. Но холизмът предполага жертви от страна на индивида в името на успехите на рода, на цялото. Той в действителност разглежда човека като стадно същество, като пионка. Затова всенародното приемане на цялостен етически кодекс скрито присъства във всеки икономически план.

Хайек разкрива *характерните черти на механизма*, чрез който този кодекс се създава целенасочено съобразно решенията на колективните планиращи органи. Според него той противоречи на господстващата тенденция в развитието на съвременната цивилизация към съкращаване количеството на общите абстрактни морални правила и на областите им на действие. Но тъй като планиращите изхождат единствено от собствените си *субективни убеждения*, на тях им се налага да ги представят в *обективна и рационална форма*, чрез която да бъдат увлечени колкото е възможно повече хора. За тази цел се формулират *специални съждения и теории*, които свързват в едно цяло отделните факти и стават съставна част на определена *идеологическа доктрина*. Хайек нарича това процес на създаване на "*митове*", оправдаващи действията на властите, който не е задължително да бъде напълно съзнателен, той може да протича и в инстинктивна форма. Така на предразсъдъците се осигурява рационална база, а псевдонаучните теории влизат в официалните идеологии, направляващи живота на цялото общество и на всички негови членове.

²⁵ Хайек, Ф.А. *Дорога к рабству...*, с.143.

Различните видове планисти се различават според Хайек само по *целта*, която трябва да се постигне чрез обединените обществени усилия, а всички те си приличат по това, че за разлика от либерализма се стремят да организират обществото като цяло, да обхванат всички сфери, в които индивидът е имал някаква независимост и в които неговата воля е била абсолютна ценност.

"Социалните цели", "обществените задачи" и други подобни идеални феномени са съществена част от факторите, които Хайек разглежда като определящи предпочитанията на хората към една или друга социално-икономическа система. Но те не подсказват конкретния начин на действие, а само обозначават т. нар. "*обществено благо*", "*общия интерес*" на милиони хора. Всъщност всички тези понятия са безсмислени и нелегитимни, защото дадена придобивка може да има стойност само за определени индивиди и изобщо да не интересува другите членове на обществото, понеже всеки човек има своя собствена, различна от тази на другите, скала на ценностите, идеалите и целите.

Това обаче не означава, че Хайек отрича съществуването на *обществени цели*. Той ги разбира като съвпадения в потребностите на индивидите, които ги заставят да обединят усилията си. Тези цели са приложими в случаите, при които **склонностите** на отделните личности съвпадат. Обществената цел е просто общата за много индивиди цел, достигането на която задоволява и частните им нужди и интереси. Често тя е средство, което отделните хора използват за постигането на собствените си цели.

За да изясни по-цялостно въпроса, Хайек прилага еволюционния подход и обяснява възникването на целите и ценностите на институциите, организациите и в частност на държавата като резултат от съвместната дейност на хората за постигане на общите им интереси. Така всяка създадена организация става "лице", наред с всички останали "лица", със своя приоритетна област на дейност. Колкото по-широка е сферата на дейността, толкова по-малка е вероятността за достигане на общо съгласие между хората.

По този начин виенчанинът достига до друг ключов за разбирането на планирането и конкуренцията момент - връзката им с демокрацията.²⁶ Казаното важи с пълна сила и за основния елемент на демокрацията - *демократичната държава*. Някои нейни функции срещат единодушна подкрепа от гражданите, а други - не. Причината е, че всеки човек има собствено неприкосновено поле на действие и собствено мнение. Когато държавата започне непосредствено да контролира сферите, в които няма пълно общо съгласие, тя посяга върху индивидуалните свободи и клони към тоталитаризъм.

²⁶ Специално по този въпрос вж. Hayek, F.A. *The corporation in a democratic society: in whose interest ought it to and will it be run?*. – In: Management and corporations, M. Anshen and G.L. Bach, eds, New York, McGraw Hill Company, 1960; *Die Anschauungen der Mehrheit und die Zeitgenössische Demokratie*. – ORDO, 1965, 15/16, 19-41; *Drei vorlesungen über demokratie, Gerechtigkeit und Sozialismus*. Tübingen: Walter Eucken Institut, Vorträge und Aufsätze 63 B. Mohr/P. Siebeck, 1977; *Social injustice, socialism and democracy*. Sidney, Australia, 1979 и др.

Ефективната конкуренция не изключва напълно всички видове *намеса на държавата в икономическата дейност*. Тя допуска тези от тях, които способстват за собственото ѝ развитие и изискват определени действия от страна на правителството. Хайек подкрепя мерките, насочени към култивирането и развитието на конкуренцията, но не и тези, които са против нея. Действието на конкуренцията изисква не само правилна *организация* на институциите на пазара, цените, парите, каналите на информация, а преди всичко съответно *законодателство*, създадено специално за нейната защита и развитие.

Държавата може да създава условия за развитие на конкуренцията и за замяната ѝ с други методи на регулиране там, където това е необходимо, за развитие на полезни, но неинтересуващи бизнесмените обществени услуги. "Никаква рационална система на организация - подчертава Хайек - не обрича държавата на бездействие. И системата, основана върху конкуренцията, се нуждае от разумно конструиран и непрекъснато усъвършенстван правов механизъм."²⁷

Австрийският мислител по принцип изключва напълно тези действия на държавата, които могат да бъдат осъществявани единствено чрез прилагането на произволна дискриминация спрямо хората. Най-важни са тези, използвани за да контролират достъпа до различните сфери на търговията и професиите, условията за извършване на продажбите и количеството на произведеното или продаденото. Директното контролиране на цените от държавата е несъвместимо със системата на свободната пазарна конкуренция, защото е невъзможно цените да се фиксират по общите правила за ефективно управление на икономиката. Подходящите цени зависят главно от бързо променящи се обстоятелства, а тези, които зависят от общите правила, няма да бъдат еднакви за всички продавачи и поради това ще доведат до парализирането на пазарния механизъм.

За ефективното действие на пазара според Хайек са необходими известен минимален брой общи, отнасящи се за всички, вкл. и за самата държава, изисквания. Най-важните от тях са недопускането на насилие и измама, защитата на собствеността, насърчаването на законосъобразните контракти и осигуряването на еднакви права за всички икономически агенти. Всички те могат да бъдат определени като елементи на "*разменна справедливост*".

Ограниченията, които според Хайек трябва да се наложат върху държавата, включват единствено действията ѝ, водещи до т. нар. "*разпределителна справедливост*", която изисква управление на всички ресурси от една централна власт и точно определяне на поведението на отделните хора, т.е. един или друг вид тоталитарно управление.

²⁷ Хайек, Ф. А. *Дорога к рабству...*, с.134. Вж. още: Hayek, F.A. *Decline of the Rule of Law, Part I.* – The Freeman, 20 April 1953, N 3, 518-520 и *Part II.* – The Freeman, 4 May 1953, N 3, 561-563; *The political ideal of the rule of Law.* Cairo, National bank of Egypt, fiftieth anniversary commemorative lectures, 1955; *La libertad, La economia palmificada y el derecho*, Temas contemporaneos, Buenos Aires, 3, 1958; *Law, Legislation and Liberty: a new statement of the liberal principles of justice and political economy. vol. 3. The political economy of free people.* Chicago, University of Chicago press, Londres: Routledge & Kegan Paul, 1979 и др.

Логиката на движението по пътя от *демокрацията* към *тоталитаризма* е следната: Ако демокрацията тръгне към планирането в името на "общественото благосъстояние", тя все още не е постигнала съгласие относно целите и резултатите на планирането, а съгласие само за механизма, чрез който ще се постига целта. Въпросът за конкретното съдържание на дейността възниква, когато изпълнителната власт трябва да преведе изискванията на единния план на езика на конкретното планиране. В *плановата икономика* е невъзможно ограничаването на всички дейности до тези сфери, в които е постигнато общо съгласие. Нужно е да се действа и в области, в които това не е направено. Необходимо е хората да се стремят към *съгласие във всички конкретни сфери* и за всеки конкретен резултат. Институциите на демокрацията обаче са непригодни за такъв вид ръководство.²⁸ Те постепенно стават пречка за плановото управление на обществената система, а у населението се засилва убеждението, че властта трябва да се предаде в ръцете на планиращите органи и на специалистите, на чиновниците или на определени групи експерти.

Хайек е съгласен, че *демократичните парламентарни институции* са неефективни при детайлното управление на икономическия живот. Причините за тази неефективност се състоят според него в това, че демократичните учреждения поначало не са предназначени за изпълнението на такава задача, т.е. че им се възлага неприсъщата вътрешнопротиворечива задача чрез системата на гласуването да решават и най-конкретните въпроси. Там, където има много възможни начини на действие, мнозинството не бива да се заставя да подкрепя един-единствен от тях. *Демократичната процедура* не е подходяща за съставянето на пунктуален съгласуван икономически план, изхождащ от единна концепция. За нея е характерен по-скоро *компромисът* между конфликтни позиции, отколкото акуратното съгласуване на елементите на дадена единна позиция. Поради това стратегическите съображения принуждават хората да предоставят вземането на решенията във властта на експертите. Но последните не се ограничават с решаването на техническите въпроси, а им се налага да избират и между предлаганите цели и задачи. Така те неизбежно и неусетно започват да налагат своята скала от приоритети на обществото, чийто план съставят.

Делегирането на пълномощия на специалистите е първата крачка към отказване от демократичните завоевания в икономиката. То не отстранява недоволството от "безсилието" на демокрацията, а създава ново препятствие пред разработването на единен координиран план, защото възниква проблемът за съгласуването на плановете от отделните сфери, изработени от различни тесни специалисти. Простата сума от плановете не образува единно цяло. Неспособността на демокрацията да реши този въпрос води до все по-настоятелното искане за даване право на изпълнителната власт или на отделно лице да действа на своя отговорност, за да се отстрани окончателно бремето на тромавата демократична процедура. "Настоятелната необходимост от икономическа диктатура е характерна черта на развитието в посока към планирането", подчертава

²⁸ Вж. Hayek, F. A. *Institutions may fail, but democracy survives*. – US News and World Report, 8 March 1976.

Хайек.²⁹

Надеждите на някои демократи като Карл Манхайм, че върховната власт в демократичната държава може да се усилва безгранично чрез демократичния контрол, са според Хайек напразни и илюзорни. *Парламентът* може да предотврати някои фрапиращи злоупотреби в икономиката, но той вече не може да я управлява. Ролята му се свежда до определянето на лицата, които са овластени с абсолютната свобода на практическата дейност. При тези обстоятелства *обществената система* "приема вида на плебисцитна диктатура, при която министър-председателят от време на време подкрепя своята позиция чрез всенародно гласуване и при това разполага с достатъчно власт, за да си осигури желанния изход от гласуването".³⁰

Демократичното устройство на обществото изисква съзнателният контрол да се осъществява само там, където е постигнато пълно съгласие. Всичко останало хората трябва да оставят на случая. В страните с централизирано планиране фактически едно малцинство налага на населението своята воля, защото то се оказва най-многобройната група, способна да достигне до единодушие по всеки въпрос.

Демократичните правителства функционират успешно там, където тяхната дейност се ограничава до тези области, в които мнението на мнозинството се проявява в хода на една свободна дискусия. Затова според Хайек *демократията е възможна единствено при "капитализма", разбран като система на свободната конкуренция, основана на свободното владение на частната собственост*. Но той не фетишизира демокрацията. По своята същност тя не е висша политическа цел, а "средство, утилитарно приспособление за защита на социалния мир и свободата на личността. Като такава тя не е нито безупречна, нито надеждна сама по себе си".³¹

Хайек показва, че планирането води до диктатура, която е идеалният инструмент на насилието и принудителната идеологизация, т.е. разкрива характера на *връзката* между демокрацията, планирането и диктатурата чрез следното разсъждение: "Конфликтът между демокрацията и планирането възниква поради това, че демокрацията възпрепятства ограничаването на свободата и по такъв начин става главното препятствие по пътя на развитието на плановата икономика. Но ако демокрацията се откаже от своята роля на гарант на личната свобода, тя може спокойно да съществува и при тоталитарните режими. Истинската "диктатура на пролетариата", демократична по форма, осъществявайки централизираното управление на икономиката, потиска и унищожава личните свободи не по-малко ефективно от най-лошите автокрации... Ако демокрацията решава

²⁹ Хайек, Ф.А. *Дорога к рабству...*, с.149.

³⁰ Пак там, с.150.

³¹ Пак там. Вж. още Hayek, F.A. *Gobierno democratico y actividad economica*. Esperjo, Mexico City, 1960; *Die Anschauungen der Mehrheit und die Zeitgenossische Demokratie...*, 19-41.; *Institutions may fail, but democracy survives...*; *Drei vorlesungen uber demokratie, Gerechtigkeit und Sozialismus...*; *Whither democracy?*. – In: *New Studies in philosophy, politics, economics and the history of ideas*. University of Chicago press, 1978, ch 10, 152-162; *The Miscarriage of the Democratic Ideal*. – Encounter, March, 1978, Vol. 1, N 3, 14-17. и др.

своите задачи с помощта на властта, която не е ограничена от твърдо установени правила, тя неизбежно се изражда в деспотизъм."³²

4. Собственост, справедливост и свобода

Както вече беше посочено, подходът на Фридрих Хайек към различните икономически теории е насочен към тяхното изучаване от гледна точка на епистемологичната и методологическата им състоятелност. Освен това във всички свои съчинения той се стреми да преодолее злополучното *разделение на знанието* за обществения ред между специализираните дисциплини.³³ Според него то е най-очевидно в правото и икономиката: "Правилата за справедливо поведение, които юристите изучават, обслужват социален ред, чието естество юристите изцяло пренебрегват, а този ред се изучава главно от икономисти, които на свой ред не познават правилата за справедливо поведение, лежащи в основата на изучавания от тях ред."³⁴ Въпросите на свободата, справедливостта, собствеността и тяхното взаимно отношение, които не са специфични само за една специализирана дисциплина, остават според него в ничията земя между правото, политологията, етиката, социологията и икономиката. Поради тази причина те не са изследвани задълбочено от нито една от тях и се обявяват за "философски". Хайек е убеден, че тези въпроси, от които изцяло зависят както различните разбирания на фактите, така и заеманите политически позиции, могат и трябва да бъдат решавани със съвместните усилия на представителите на различните области на науката. Подходът, който самият той прилага спрямо проблема за справедливото поведение на индивидите в свободното общество, е образец за действително плодотворно интегриране на постиженията на различните социалните науки в тази специфична област на обществения живот.

Свидетелства за неговото трайно приложение от Хайек откриваме в поредицата съчинения от различни творчески периоди, посветени на тази тема.³⁵ В тях той разглежда произхода и отношението между основните правно-политически, нравствени и икономически феномени – *справедливостта, собствеността и свободата*. Както обикновено, и тук Хайек подхожда *исторически* към темата и идеите за нея, остава верен на методологическия императив, според който пътят към истината за интересувания учения предмет минава през историята на рефлексите

³² Хайек, Ф.А. *Дорога к рабству...*, с.150.

³³ За трайния интерес и позицията на Хайек по този въпрос вж. *The dilemma of specialization*. – In: *The state of the social sciences*, Leonard D. White, ed. University of Chicago press, 1956.

³⁴ Хайек, Ф.А. *Право, законодателство и свобода*. Т. 1. С., 1996, с. 15.

³⁵ Освен вече посочените по други поводи, освен трилогията *Law, Legislation and Liberty*, вж. още Hayek, F. A. *Gleichheit und gerechtigkeit*. Jahresbericht der Zurucher Volkswirtschaftlichen Gesellschaft, 1951; *The political ideal of the rule of Law...*; *Notes on the evolution of systems of rules of Conduct*. – In: *Studies in philosophy, politics, and economics*, London, Routledge and Kegan Paul, Chicago, University of Chicago press, Toronto, University of Toronto press, ch 4, 1967, 66-81; *The atavism of social justice*. – In: *New Studies in philosophy, politics, economics and the history of ideas*, University of Chicago press, In F. A Hayek, ed. ch. 5, 1978, 57-68. и др.

върху него. Затова Хайек изучава факторите, времето и формите на първите общества, познали частната собственост и свободната търговия, т.е. икономическия ред, наречен от Х. С. Мейн "различие в собствеността" – обществата на древните гърци и римляни. Утвърждава, че съвременните свободни общества израстват при управлението на буржоазията, а не под властта на силните управления. Затова Хайек възразява категорично срещу широко разпространените твърдения на историците, които приемат изграждането на мощна държава, а не на саморазширяващия се каталакически ред, като връх на културната еволюция.

Хайек определя *частната собственост* като сърцевина на ценностите на всяка цивилизация и като неотделима от индивидуалната свобода. Тази свобода според него е станала възможна не само благодарение на разделянето на контрола върху различните средства за производство, но и в резултат от признаването на утвърдени абстрактни правила за прехвърляне на този контрол. Той разглежда закрилата на частната собственост като фактор, направил възможно развитието на непрекъснато усложняващия се ред от *спонтанни и доброволни обединения*, в които съгласуваното асоцииране се разширявало, а конкретните цели били изместени от общите и независими от целите *абстрактни правила за поведение*. Свободата според Хайек е неотделима от институцията на частната собственост, която е материалната част на защитената от външна намеса индивидуална сфера на живот.

Първоначално тя е продукт на *обичая*, който икономиката, юриспруденцията и законодателството развиват в течение на хиляди години. По отношение нейното настояще и бъдеще той признава, че различните съвременни форми на собственост едва ли са най-съвършените и последните. Резултатите от новите научни изследвания в тази област разкриват неподозирани възможности за следващи подобрения на юридическата основа на пазарния ред.³⁶ Освен посочените характеристики собствеността притежава и редица *социално-класови измерения*. В резултат на тяхното проучване Хайек достига до убеждението, че тя облагодетелства **не само** богатото малцинство от граждани на държавата. Идеята на социалистите, че нейното натрупване (в размери, които са по-големи от необходимото за ежедневна консумация) е за сметка на мнозинството, според него е неоснователна и прави невъзможно правилното разбиране на икономическия растеж. Собствеността изхранва не само тези, които наемат работна сила, но и самите наемници. Затова според Хайек бедните са много по-облагодетелствани от нея.³⁷

Той приема сентенцията на Лок, че "*където няма собственост, няма и справедливост*", като несъмнена социална аксиома, отразяваща тясната връзка между икономиката, правото и политиката. За него собствеността е право върху дадено нещо, а несправедливостта - посегателство срещу това право, т.е. *справедливостта е другото име на собствеността*. Свободният обществен ред възниква според Хайек единствено в страни, където

³⁶ Вж. Тофлър, А. *Прогнози и предпоставки*. С., 1992, 103-108.

³⁷ По този въпрос вж. още Hayek, F. A. *Capitalism and the proletariat*. – Farmand, 7, 17 February, 1951, N 56.

справедливостта се постига чрез усилията на *съдии* и *учени*, а не чрез нарежданията на определена личност или инстанция. Като добри примери в това отношение той приема древна Гърция, Рим и съвременна Англия. Но посоченото гледище не се радва на добър прием в страни, където *правото* се схваща предимно като резултат от целенасоченото законодателство и не се признава друг критерий за справедливостта освен волята на законодателя.

В своето цялостно разбиране за справедливостта Хайек прави разлика между *правилата за индивидуално поведение*, които са неотделими от "*управлението на закона*" и необходими за изграждането на спонтанен ред, и конкретните разпоредби на властта за целите на организацията. Това разграничение е изрично подчертано още в теориите на двама от най-големите мислители на Новото време - Дейвид Хюм и Имануел Кант. Затова в подкрепа на своята позиция Хайек често се позовава на разбирането на Хюм за неразривната вътрешна връзка между свободата, морала, справедливостта, собствеността и правото.³⁸

Основните моменти в схващането на Хайек за справедливостта са следните: **Първо**, той я свързва с индивидуалното поведение на хората в пазарното общество. За справедливост според него може да се говори **единствено** по отношение на конкретни човешки действия и техните предвидими от отделния човек резултати, а не по повод на някакво обективно фактическо състояние на нещата. Следователно законен е въпросът дали съзнателният избор на пазарния ред е справедливо решение, но е безсмислено, след като решението вече е взето, да определяме като справедливи или несправедливи начина, по който каталаксията разпределя стоките между хората, и конкретните резултати за отделните хора. Досега не са открити общопризнати критерии за т. нар. "социална" или "разпределителна" справедливост. Напротив, те се въвеждат преднамерено според волята и интересите на властимащите.

Второ, Хайек свързва справедливостта с абстрактните правила на поведение в обществото. Правилата на справедливостта имат общо отрицателен характер, те са предимно забранителни, т.е. изходната категория е несправедливостта, а целта е предотвратяването на несправедливите действия. Хората в свободното общество не трябва да се подчиняват на конкретни и категорични разпоредби, които им повеляват какво трябва да правят, а само на правила, които им казват какво не бива да правят. Правилата на справедливото поведение само обозначават границите на допустимите действия, но не предписват конкретни действия във всеки даден момент.

Трето, Хайек характеризира справедливостта чрез свободата. За него *несправедливостта* е навлизане в защитената от външна намеса зона на отделния индивид, а правилата на справедливостта се прилагат, за да се възстанови нейната неприкосновеност. Тази зона според Лок обхваща, на първо място, живота, свободата и собствеността на човека; освен материалните неща тя включва и различни претенции и очаквания на

³⁸ Вж. Hume, D. *Essays, Moral, Political and Literary*. – In: David Hume, *Philosophical Works*. Vol. III, London, 1875, p. 455.

личността по отношение на околните.

Четвърто, Хайек разглежда справедливостта като съставен елемент на ценностната система на индивидите. Според него отрицателните сами по себе си правила за поведение могат да се определят като справедливи или несправедливи единствено ако се разглеждат в рамките на по-обща цялостна система от сходни общопризнати правила. Ценностите могат да се проверяват само чрез други ценности. От Кант насам проверката на справедливостта на едно правило се прави чрез теста за "универсалност", т.е. проверява се дали е възможно правилото да се прилага като "категоричен императив" и не влиза ли то по този начин в конфликт с други приети правила. С други думи, прави се проверка на логическата съгласуваност и конфликтността на системата от ценности като цяло. Хайек е убеден, че само формалните, абстрактните и необвързани с цел правила издържат на такава проверка.

Хайек дава ново външно определение на *справедливостта като равенство пред закона*, което на свой ред гарантира пазарния обществен ред. Спонтанният пазарен ред се подчинява на критерия за справедливостта, според който равните трябва да получават еднакво, а неравните - различно. Пазарната справедливост подкрепя равните закони, но не и изравняването на условията, което предполага неравно третиране, облагодетелстващо неконкурентоспособния пазарен агент и ощетяващо годния. Пазарът защитава *пропорционалната*, а "егалитарният проект" *преразпределителната справедливост*.

За разлика от социалистическата, теорията за справедливостта на Хайек има три главни принципа или изисквания:³⁹ премахване на "естествените" привилегии, индивидуализъм и защита от държавата на свободата на нейните граждани. В тесен смисъл на думата това се нарича *изономия* (власт на закона). Тя е изискването за еднакво отношение на държавата към гражданите, за премахване влиянието на произхода, семейните връзки и богатството на гражданите върху тези, които прилагат закона. В свободното общество според Хайек гражданите могат да бъдат принудени да се подчиняват **само** на нормите на частното и наказателното право.

Анализирайки влиянието на днешното състояние на *правната система* върху решаването на проблемите на справедливостта, Хайек установява значителни вътрешни промени в съотношението на нейните компоненти. Според него през последните сто години правилата на частното и наказателното право постепенно се изместват от правилата за организиране, характерни за *публичното право*, които пряко обвързват действията на индивидите с поставената пред обществото от някоя инстанция или авторитет цел. Това развитие става обяснимо, като се отчете влиянието на

³⁹ При представянето на теорията за справедливостта можем да приложим Попъровото методологическо правило "да се използва езикът на политическите искания или на политическите предложения"... Защото само когато знае какво иска, той ("социалният технолог" или "инженер" – И. В.) може да реши дали дадена институция е добре пригодена за дадена функция, или не" (Попър, К. Р. *Отвореното общество и неговите врагове*. Т. 1., С., 1993, с. 131).

политиката върху правната теория и практика. То е плод на обстоятелството, че изборните законодателни институции съвместяват две различни функции – да определят правилата на индивидуалното поведение и да ръководят държавното управление. В резултат от това се стига и до епистемологични, логически и семантични промени - придава се ново съдържание и смисъл на понятията "закон" и "власт на закона". В новата представа за управлението на закона се включват всички организационни правила и дори всяко конкретно нареждане, което е прието от конституционно определен законодателен орган. Представата за управлението на закона, чието единствено изискване е заповедта да бъде издадена по законосъобразен начин, естествено не осигурява защита на индивидуалната свобода и справедливостта.

Такъв според Хайек е процесът на появата на новото и съвсем различно от либералното разбиране за справедливостта, което често се нарича "социална", "положителна" или "разпределителна" справедливост и произтича от обвързването ѝ с разпределението на богатата в икономиката. В това разбиране се съдържа стремеж към постигане на точно определени резултати за точно определени личности.

То на свой ред отвежда Хайек в полето на *организационната теория*, защото се оказва, че има смисъл и приложение само в рамките на организация, която е подчинена на конкретна цел, но не и при независимия от подобна цел спонтанен обществен ред. Според това схващане някои човешки същества са в състояние и са упълномощени смислено да определят какво заслужава отделната личност. По този начин въпросът за свободата е решен в нейна вреда. Прилагането на идеята за социалната справедливост при разпределението на доходите според Хайек се дължи на погрешното антропоморфно схващане за обществото като организация, а не като спонтанен ред. Всичко, което намалява или премахва различията в доходите, се смята за "социално" и за "справедливо". Чрез подобни семантични обрати за социално започва да се смята точно това, което е най-голямата пречка за поддържането на обществото. Дори терминът "разпределение" внушава, че нещо идва като резултат от целенасочени действия, а не от силите на спонтанния пазарен ред, при който никой не разпределя или преразпределя доход. Затова Хайек предпочита да говори не за разпределение, а за "разпръскване" на доходите.

Въз основа на този цялостен анализ австрийският мислител достига до извода, че *всички икономически, политически, правни и морални мерки за въвеждане на "справедливо" разпределение имат една обща цел - превръщане на спонтанния ред на каталаксията в организационен и в края на краищата - в тоталитарен ред*. Неговият метод за определянето на възнаграждението от държавата според "способностите" или "потребностите" е подходящ за затворените организации и междуличностните отношения. Идеята, че е социално справедливо всеки да получи онова, което морално заслужава, според Хайек е безсмислена в разширяващия се ред на човешкото сътрудничество. Напротив, в деловите си отношения хората приемат, че се държат справедливо, ако срещу даден продукт или услуга с определена пазарна стойност предложат друг със същата стойност, без да се интересуват от това колко и какви точно усилия и средства е изразходвал техният партньор, за да им достави еквивалентен продукт или услуга.

Моралните заслуги са субективни оценки на хората и те не могат да бъдат обективно измерени и оценени. Затова успехът на индивидите се определя не от намеренията, заслугите или усилията, а от резултатите.

Социалната справедливост изисква условията на индивидуалния живот, които държавата осигурява, да бъдат еднакви за всички. Но *равенството* на тези условия може да доведе до нееднакви резултати. Веднъж въведен, принципът на "разпределителната справедливост" придобива политически характер и може да бъде спазен тогава, когато цялото общество е организирано според него. Тази справедливост е несъвместима със силите на спонтанния ред, който действа по принципите на комбинираната игра на умения и шанс и не гарантира на никого запазването на вече завоюваните позиции. Искането за защита срещу "несправедливото" отнемане на вече заетите обществени позиции произтича според Хайек от неразбирането на разликата между моралните заслуги и ценностите. Това искане води до разрушаване на *правилата на частното и наказателното право* и изместването им от "*социално законодателство*", което има за цел чрез държавното управление да постигне "социална справедливост". Това означава да се създаде общество, което по всички свои съществени характеристики е противоположно на свободното общество, т.е. такова, в което държавната власт решава какво, кога, къде и как хората трябва да правят.

Възгледът на Хайек за отношението между държавата, правото и икономиката⁴⁰ е важен елемент от общата му концепция за мястото на икономиката в цялостния обществен ред. Най-често той се характеризира като либерален. Неговите идеи обаче нямат нищо общо с политиката на строга ненамеса, която, както вече посочихме, често, но не много правилно, е наричана *laissez-faire*. Според Хайек либерализмът и държавната намеса не си противоречат, защото е очевидно, че *свободата е невъзможна, ако не е гарантирана от държавата*. Защитата на свободата в икономическата сфера почива на положението, че *властта на закона* трябва да действа във всички сфери на обществото.

За да формулира своето разбиране по този въпрос, Хайек прави исторически преглед на възгледите на Дж. Лок А. Смит, Д. С. Мил и други класици на икономическата наука за държавната "интервенция" в икономиката. Още Лок в своята политическа теория учи, че за да бъдем свободни, трябва да отстъпим само два вида свои права или свободи, да прехвърлим две основни свои задачи и искания на държавата в лицето на полицията и съда. Те са: *да ни защитава срещу щети и да наказва тези, които са извършили насилие*. В това отношение можем да кажем, че за съществуването на държавата има достатъчно основания - независимо от

⁴⁰ По въпроса за ролята на държавата в икономическия живот вж. още: Hayek, F. A. *Gobierno democratico y actividad economica*. Esperjo, Mexico City, 1960; *Economic freedom and representative government*. Fourth Wincott memorial lecture delivered at the Royal Society of Arts, 31 octobre 1973, London, Institute of economic affairs. Occasional paper N 39, 1973, 7-22; *Unemployment and monetary policy: government as generator of the "business cycle"*, Cato Papers, N 3, San Francisco, Cato Institute, 1979, 23-36; *Toward a free market monetary system*. – In: J. A. Born et A.J. Schwartz, eds. 1987, pp383-390. и др.

това дали хората го разбират, или не.⁴¹

Насилието обаче не може да бъде избягнато напълно, защото единственият начин да се предотврати нечие насилие е чрез използването на насилие. "Свободното общество - изяснява Хайек - се справя с този проблем чрез предоставянето на монопола върху принудата на държавата и чрез опит да ограничи тази власт на държавата до случаи, в които тя е необходима за предотвратяване на принудата върху отделната личност ... и е направена толкова безвредна, колкото е възможно чрез ограничаването ѝ от известни общи правила."⁴² Тези правила са независими от произвола на отделната личност.

Необходимо да се прави разлика между *агресия* и *защита чрез сила*, която се подкрепя и осъществява с организираната сила на държавата. На държавата трябва да се гледа като на *организация за предотвратяване на престъпленията*, т.е. на агресията. Нейната основна цел е защитата на онази свобода, която не вреди на другите граждани, и ограничаването във възможно еднаква степен свободата на всички граждани. Въпреки че няма готова формула, че е наистина трудно да се определи точно степента на свободата, която може да се даде на гражданите, опитът на демократичните държави доказва, че е възможно приблизително да се определи степента на тази свобода – една от главните задачи на тяхното законодателство.

Този възглед за държавата е либерален, но дори и такъв, той няма нищо общо с политиката на строга ненамеса, която често, но не много правилно, е наричана *laissez faire*. Либерализмът и държавната намеса не си противоречат, защото е очевидно, че всеки вид свобода е невъзможна, ако не е гарантирана от държавата. В противен случай се достига до това, което Попър нарича проблем за "*парадокса на свободата*".⁴³

Защитата на свободата в икономическата област почива на положението, че *властта на закона* трябва да действа във всички сфери на обществото. Според Хайек много често възгледите на А. Смит, Д. С. Мил и други класици на икономическата наука за държавната "интервенция" в икономиката са били погрешно разбирани. За да бъдат правилно възприети, е необходимо винаги да се има предвид тяхната привързаност към концепцията за господството на закона. Свободата в икономическата област също означава свобода под властта на закона, а не отсъствие на всякаква държавна намеса. Класиците са се противопоставяли единствено на намесата на държавата в защитената от общите правила на закона частна сфера на дейност на гражданите и икономическите агенти.

За Смит и неговите непосредствени последователи налагането и промяната на правилата на обичайното право, а също и въвеждането на нови правила определено не е работа на държавата. Това, което е важно за тях и

⁴¹ Бащата на либералния възглед за държавата според Попър е древногръцкият мислител Ликофрон. Но този възглед е предаден на по-късните поколения в изкривена форма или като историческа теория за обществен договор, или като есенциалистка теория, в която се твърди, че истинската същност на държавата е конвенцията, или като теория на користолюбието, основана върху разбирането за принципно неморалната егоистична и войнствена природа на човека. Всичко това, твърди Попър, се дължи на непреодолимото влияние на Платоновия авторитет (Попър, К. Р. Цит. съч., 137-138).

⁴² Hayek, F. A. *The Constitution of Liberty*..., p. 21.

⁴³ Вж. Попър, К. Р. Цит. съч., с.303.

срещу което се противопоставят, **не са целите**, преследвани с действията на властите, **а методите**, използвани за осъществяването на техните намерения в свободното общество – методът на конкретните разпореждания и забрани например е недопустим.

За неразбирането на истинската позиция на Смит и неговите последователи допринасят главно по-късните икономисти, които наистина се обявяват срещу всякакво държавно участие в икономическите дела. Но аргументите им са съвсем различни от тези на защитниците на икономическата свобода. Тяхната формула *laissez faire* не предоставя адекватен критерий за разграничаването на това, което е приемливо, и това, което не е приемливо за свободното общество.

Властта на закона, твърди Хайек, ни предоставя необходимия критерий за правилно разграничаване на мерките на държавата, които са подходящи, от тези, които не са подходящи за системата на свободната пазарна система. Спазването на правилата на закона е необходимо, но недостатъчно условие за успешната работа на свободната икономика. Важно е принудителните действия на държавата да бъдат недвусмислено дефинирани от една постоянна правна рамка, която позволява на хората да планират своето поведение с известна степен на увереност и редуцира човешката несигурност колкото е възможно повече. В свободното общество държавата трябва да има монопол единствено върху принудата, а във всички останали случаи тя може да действа при същите условия, както всички други. Държавата разполага със значително широко поле на действие. Непрекъснатото нарастване на богатството и технологичното знание в съвременната цивилизация подсказват все нови и нови сфери, в които държавата може да прави услуги на своите поданици.

Сред най-важните *функции*, които Хайек признава като присъщи на държавата, са определянето на стандартите за мерките и теглилките, осигуряването на изследователска, статистическа и друга информация, монетарната политика,⁴⁴ а също и поддръжката и дори организацията на известен вид обучение. Към групата на безспорните държавни дейности според него принадлежат и всички онези услуги, които са желателни за обществото, но не са, както казва Смит, печеливши или възможни за частните предприемачи. Такива са най-често здравните и хигиенните услуги, прокарването и поддръжката на пътищата, ангажирането с много от местата за отдих и култура, поддържани от местните власти в полза на обитателите на градовете и селата. Съществуват и много други видове дейност, в които държавата може да участва, за да осигури тайната на военните дела или да насърчи развитието на знанието в определени научни области. Въпреки че в

⁴⁴ По този въпрос в последните години от своя живот Хайек става изключително радикален. Той достига до извода, че държавата трябва да се откаже от монопола си върху печатането на пари. Вж.: *Denationalization of money: an analysis of the theory and practice of concurrent currencies*. London, Institute of economic affairs, Hobart special paper 70, 1976; *The future monetary unit of value*. – *In Money in crisis*, The Federal reserve, the economy and monetary reform, Siegel Barry N., ed. Pacific Institute for public policy research, San Francisco, California, 1984, 323-336; *Market Standards for Money*, Economic Affairs, vol 6, 1986, p. 4, 8-10.; *Toward a free market monetary system...*, 383-390.

даден момент тя може да е най-подходящият и квалифициран участник, това не означава, че винаги ще е така и че тя трябва да получи изключителното право върху упражняването на която и да е от изброените дейности.

В края на този анализ ще подчертаем, че Хайек изследва успешно различните дименсии на справедливостта, собствеността и свободата, тяхното взаимодействие и място в системата на обществото. Опирайки се на достигнатото от икономикса, политическата и правната науки, етиката и теорията на организациите, той разглежда тяхното взаимодействие с такива социални феномени, сфери и институции като равенството, пазара, правото, политиката, морала, ценностите, организациите, държавата, властта, класите, социалните общности и разпределението на богатството.

*

В заключение е необходимо да подчертаем обстоятелството, че не само ранните, но и всички от късните икономически съчинения на Хайек носят в себе си *оригиналната философско-методологическата* нагласа на изследователя. Икономически анализ може да се направи на всеки стопански феномен. Важни за Хайек обаче са два взаимно свързани аспекта на този анализ. Първо, каква е обяснителната стойност на знанието за изучавания икономически обект в контекста на знанието за цялостния обществен живот. И второ, как ще разбираме самата икономика - като комплекс от чисти икономически отношения, или като единство от съдържателно и предметно определени социални качества на икономическите агенти. Така Хайек, от една страна, обяснява как обществената среда формира определен тип стопанство и, от друга, как неговите структури влияят върху хода на историческия процес. Затова може да се каже, че в своите съчинения той се интересува преди всичко от специфичната логика на обществения живот и мястото на икономическите феномени в него.

В този смисъл животът и научното дело на Фридрих Хайек ни дават чудесен пример за изпълнение на основната функция на учения в обществото - чрез всестранни проучвания да формира и предлага нетрадиционни, алтернативни на господстващите идеи, да ги поддържа живи и работоспособни, докато практически невъзможното стане практически неизбежно. Да ни напомня, че нищо не е самоочевидно, че светът на всеки един от нас е само един от възможните светове. Че не всичко е предопределено от някаква обективна необходимост, но и не всичко е възможно, че няма безспорни научни авторитети и че самата наука не е един от тях. Така той реализира напълно и основната социална мисия на науката - да поддържа будно гражданското ни съзнание, да повишава гражданската ни отговорност и непрестанно да проблематизира утвърдените разбирания за реда на нещата.

Благодарение на Хайек класическият либерализъм е отново възроден, а австрийската икономическа школа се преутвърди като една от водещите в развитието на икономическата мисъл. Съвременните изследователи на правото, историята, икономиката, политиката, философията и социологията продължават обсъждането на въпросите и темите, подхванати от него. Въпреки неговата кончина, днес - в годината, в която той би навършил сто и една години - ние можем да бъдем благодарни, че Фридрих Август фон Хайек ни остави такъв брилянтен подарък.

РАЗШИРЯВАНЕ ОБХВАТА НА ОБЛАГАЕМИТЕ ДОХОДИ С ИНДИВИДУАЛЕН ПОДОХОДЕН ДАНЪК И НАМАЛЯВАНЕ НА ДАНЪЧНАТА ТЕЖЕСТ

Анализирани са постиженията и оставащите проблеми в областта на разширяване на данъчната основа на индивидуалния подоходен данък в България. Основният извод е, че резервите в тази област са значителни. Разширяването на данъчната основа се разглежда като необходимо условие за постепенно понижаване на средната ефективна данъчна тежест.

Увод

Индивидуалният подоходен данък (данъкът върху доходите на физическите лица) играе ролята на първостепенен елемент от данъчната система на страните с развита пазарна икономика. Със среден дял на постъпленията от около 10-11% от БВП той дава приблизително от 1/4 до 1/3 от приходите на консолидираните им бюджети. Но не само фискалният потенциал на индивидуалния подоходен данък определя неговото значение. През годините след Втората световна война той се превръща в краен регулатор на широк кръг от доходи на индивидуално (или семейно) равнище. Именно големите възможности за регулация на доходите правят индивидуалния подоходен данък незаменим. Същевременно регулиращите му функции са в доловима връзка с фискалната, в смисъл че при прекалено стеснен обхват и ниски ставки на данъка, се намаляват и неговите регулативни възможности. От макроикономическа гледна точка индивидуалният подоходен данък е прогресивния елемент на данъчната система. Той намалява разликите в доходите след облагането с данъци в сравнение с тези преди облагането.

Осемдесетте и деветдесетте години се характеризират с консервативна "данъчна революция" в голям брой страни в света. През 90-те години тя обхваща и страните от Източна Европа, извършващи преход от планово-директивна към пазарна икономика. По отношение на индивидуалния подоходен данък най-афиширан елемент от нея е чувствителното (макар и поетапно) намаление на пределните ставки, както и на броя на данъчните етажи. Много често обаче тези елементи от реформата на принципната организация на данъка се откъсват от останалите и създават превратна представа за същността на цялостното реформиране. Става дума преди всичко за разширяването на обхвата на облагаемите доходи и за

¹ Николай Гълъбов – ст.н.с. II ст. д-р в Икономически институт на БАН, секция "Макроикономика", тел: 989 05 95 (в. 818), факс: 988 21 08.

съпътстващите го промени в данъчните скали. Целта е от по-голяма маса доходи да се събира по по-нисък процент от тях, т.е. да се увеличи данъчната основа, а да се намали данъчната тежест. С това, от една страна, намаляват бариерите за влягане на допълнително количество труд, а от друга, се засилва конкуренцията и преливането на факторите на производство. Като общ резултат реформите най-общо са фискално неутрални, т.е. събират се относително и абсолютно приблизително толкова приходи. Същевременно акцентите на регулацията и "сигналите", подавани на макроикономиката се променят. Наред с това практиката отхвърли някои крайно консервативни предложения на теоретици, омаловажаващи прогресивното действие на данъка.

В България през годините на прехода (1991-2000) индивидуалният подоходен данък запазва, с известни колебания, своето място като дял от БВП. На фона на общото намаление дела на приходите на консолидирания държавен бюджет (КДБ) от него, това означава засилване на фискалната му роля (вж. табл. 1 и следващите). Същевременно, както сочат и данните в таблиците, като обща тенденция расте данъчната и особено общата данъчноосигурителна тежест. Тя е вече съпоставима с тази в редица развити страни, докато постъпленията от данъка (в % от БВП) са около 2-2,5 пъти по-малки от посоченото средно равнище. Те изостават чувствително и от минималния дял на приходите от този данък в страните от ЕС, а също от близкия до него дял в страните в преход от Средна Европа (6-7,5% от БВП). Освен това, нараства диференциацията в доходите. Премахнато или ограничено е значението на редица други механизми, характерни за планово-директивната икономика, като твърди и субсидирани цени и безплатни или евтини обществени услуги. Всичко това обективно засилва необходимостта от по-действено и всеобхватно регулиране на крайните доходи на индивидите и семействата.

Таблица 1

Дял на работната заплата от БВП в България и дял на индивидуалния подоходен данък от фонда лаботна заплата за 1991-1999г.

Години	БВП – млн. лв.	РЗ – млн. лв.	Дял на РЗ в БВП (%)	ДОД/ДДФЛ (% от БВП)	ДОД/ДДФЛ (% от ФРЗ)
1991	135711	42523	31,3	3,7	11,8
1992	200832	74760	37,2	5,4	14,5
1993	298934	112088	37,5	5,0	13,3
1994	525552	171409	32,6	4,4	13,5
1995	880322	267157	30,3	4,1	13,5
1996	1748701	465435	26,6	4,0	15,0
1997	17055205	3970015	23,3	3,9	16,7
1998	21577020	6004779	27,8	4,7	16,9
1999	22776	6593	28,9	4,6	15,9

Източник: България. Основни макроикономически показатели 1997 и 1998г. С.,НСИ; Бюлетин "Бюджетът". С.,МФ за съответните години. За 1999г. данните за работната заплата са изчислени косвено.

На постиженията и нерешените проблеми, свързани с разширяването на обхвата на облагаемите доходи в периода на прехода в България е посветена настоящата студия. Целта е на базата на конкретен анализ от

макроикономическа гледна точка да се разкрият възможностите за разширяване обхвата на облагаемите доходи. Това разширяване трябва да се интерпретира не като самоцелно, а като източник за увеличение преди всичко на регулиращата, а в по-малка степен и на фискалната роля на индивидуалния подоходен данък, при същевременно постепенно намаляване на данъчната тежест в средносрочен план.

1. Изменения в обхвата на облагаемите доходи при прехода към пазарна икономика: трудности и постижения

Данъчните постъпления, най-общо казано, са произведение от величината на облагаемите доходи (данъчната основа) и средната ефективна данъчна ставка. Ако устройството на данъчната скала се приеме за "нормално", т.е. правилно обхващащо доходите и балансиращо данъчната тежест между различните подоходни (и други - по семеен, социален, териториален и т.н. признак) групи и тя е известна, големината на данъчните постъпления ще бъде право пропорционална на размера на данъчната база (основа) на данъка като цяло. В случая се има предвид нормативно (законово) определената данъчна база, а фактическата събираемост (в % към нормативната) временно се пренебрегва или се взема за постоянна.

По принцип всички доходи подлежат на облагане. Разбира се, става дума за т.нар. "чисти" доходи, т.е. след приспадане на разходите за придобиване на доходите. В противен случай заработващите даден брутен доход ще работят на загуба. Разходите разбира се, трябва да бъдат в обществено-необходимия ("нормалния") размер. По такъв начин в обществен мащаб теоретичният предел на облагането достига около 80-85% от БВП. Съществуват обаче множество икономически, социални, административни (удобство и евтиност на събирането) причини, които стесняват този диапазон. (Накрая върху това се наслагва и събираемостта, която никога не е 100% спрямо нормативно определените облагаеми доходи).

Освен това трябва да се има предвид, че колкото и да е "глобално" облагането, единството (неутралността) на облагането е като правило много по-силно изразено по отношение на данъчната скала (и данъчните ставки - по-общо), отколкото по отношение дефинирането на облагаемите доходи. Именно в тази област, основно чрез различни данъчни облекчения, или различните (по-облагодетелстващи или по-дискриминиращи) правила за определяне на необходимо-присъщите разходи за целите на данъчното облагане, в съвременната данъчна практика на страните с развита пазарна икономика се осъществява известна дискретна (скрита, косвена) диференциация.

За съжаление целият период след началото на реформите, т.е. от 1991г. насам, е продължение на политиката от края на предходния период. Правеха се повече или по-малко добри предложения, които не стигаха до приемане (от Пленарната зала на НС), или биваха приети полвинчато и/или с голямо закъснение. Достатъчно е да кажем, че умуванията ("дискусиите") относно необходимостта от нов Закон за облагане на доходите на физическите лица, започнали в предходния период, бяха подновени още през 1992г., но новият Закон беше приет едва през 1997г. (в сила от началото на 1998г.) и то с редица недостатъци. През целия период от 1991г. до 1997г. се

правиха "кръпки" на стария закон, като поправките не винаги бяха в правилната насока. През това време в икономиката течаха бурни процеси, довели до промени в структурата, диапазона и разнообразието на доходите. Като краен резултат, данъчната политика (в т.ч. нормативната база) чувствително изостана от икономическата действителност.

Още в началото на прехода, след съответната "дискусия" за дребните фирми, не само еднолични търговци, но и събирателни дружества, които според Търговския закон трябваше да се облагат първо с данък върху печалбата, беше решено те да се облагат само с данък върху общия доход. По този начин се възприе примера на Германия (където обаче пределните ставки достигат бързо до 51%, а в миналото – дори 53 и 56%), за разлика от САЩ, където тези фирми се облагат по облекчена скала, наподобяваща прогресия, за годишната печалба до 120 хил. дол. по Закона за корпоративния данък, след което за личните доходи плащат индивидуален подоходен данък.

Освен това, главно през 1991-1993г. бяха въведени множество изгодни за платците правила, както в сравнение с държавния сектор, така и по същество, плюс значителни данъчни облекчения. Например, дневните, пътните и квартирните пари при командироване на работници, служители и еднолични търговци в страната и в чужбина се признаваха до двойния размер на сумите, които се признават на държавните служители. Разходите за "изплатени трудови възнаграждения, възнагражденията по граждански договори и социалните осигуровки на работниците и служителите", разходите за транспорт, извършени със собствени транспортни средства, и за реклама, също се признаваха за необходимо-присъщи. Като такива се дефинираха и изразходваните средства за обучение, квалификация и преквалификация на едноличните търговци и на работниците и служителите в страната и чужбина, а също и внесените суми за държавни вземания (фонд ПКБ, мита, такси).² Лихвите по банкови заеми и имуществените застраховки също се признаваха изцяло, което в принципен план е правилно, но не беше направено за държавните предприятия (по Закона за данък върху печалбата). Разходи за представителни цели бяха признавани до 3% от годишния облагаем доход, разходи за дарение - до 20% (за широк кръг от цели - на практика всякакви). За разходи се признаваха придобиването на материални дълготрайни активи (МДА), в т.ч. транспортни средства, а също погашенията по главницата на банкови заеми със срок за погасяване над една година. Също не подлежеха на облагане облигации, съкровищни бонове и други държавни или банкови ценни книжа, дялови участия и акции (впоследствие само ДЦК и държавни съкровищни бонове).

На практика много от посочените благоприятни клаузи при третиране на необходимо-присъщите разходи и данъчните облекчения не бяха използвани по предназначение и представляваха от обществена гледна точка фискални загуби. Сумите фактически бяха използвани, в т.ч. преференциите за МДА, не за производствени инвестиции, какъвто беше замисъла на законодателя, а за консумативни цели, в т.ч. луксозно и дори паразитно

² Тук и по-надолу вж. ЗАКОН за данък върху общия доход с изменения и допълнения до Държавен вестник, бр. 23, 1993, чл.13

потребление, без да бъдат обложени с данък върху общия доход. Само преференцията на МДА за 1994 г. е за над 6 млрд. лв., или 78,7% от всички данъчни облекчения, а за 1995 г. - за около 8,5 млрд. лв. (71,7% от тях). В същото време данъчните облекчения, използвани за разкриване на работни места, заемаха едва 0,3 и 0,2% от всички за същите години. В тази насока се стига до истински парадокси, когато едноличен търговец е купил 9 автомобила за лично ползване на семейството и роднините си, като не само стойността им, но и разходите за гориво, ремонт и т.н. са за сметка на "необходимо-присъщите" разходи и данъчните облекчения.³ В. Борисов отбелязва закупуване на имоти, които не са свързани с дейността, с цел да не се плащат данъци. Освен това при декларираните доходи за 1993 г. са били заявени покупки на ДЦК за 8 млрд. лв., а на практика са били под 4 млрд. лв. Това наложи впоследствие ограничението те да са стояли у данъкоплатеца поне 4 месеца. Разходите за обучение, ако се вярва на декларациите, са погълнали цели 4 млрд. лв. (и тук впоследствие се наложи да се изисква представяне на документи). Фирмите също масово са сключвали договори със застрахователи (за доброволно застраховане), като са прилагали списък с имена на лицата, вместо, както е по закон, всеки работник да сключи договор.

Очерта се ясна тенденция доходът, подлежащ на облагане, да бъде сведен до нула, или дори още преди използването на данъчните облекчения, да се регистрира отрицателен финансов резултат. Така през 1994 г. от 669 хил. подадени данъчни декларации общо по чл. 13, само при 164 хиляди (т.е. 24,5%) се превишава годишния необлагаем минимум. Не липсваха злоупотреби и с юридическата форма "едноличен търговец". Така през 1993г. едноличен търговец е надвишил оборот от 1 млрд. лв. (за същата година оборота на НЕК е 21 млрд. лв.).

Общият резултат от този "златен век" на данъчните привилегии по чл. 13 на ЗДОД е следния. За 1992 г. brutните доходи по чл. 13 са 52 млрд.лв., а платеният (през следващата година) данък върху тях е 360 млн. лв. Това представлява 2,4% от общата сума на данъка върху общия доход за 1993 г.

Декларираните доходи по чл. 13, заработени през 1993 г., са върху brutен доход от 189 млрд. лв. От тях са обложени около 6,0 млрд. лв. и е платен данък от около 1,5 млрд. лв. Към всички постъпления на данъка пред 1994 г. това представлява 6,5% за годината, или около 0.285% от БВП. За сравнение, дори в Италия, която е на второ място в Западна Европа по укриване на данъци (след Гърция), семейните предприемачи плащат малко над 1,0% от БВП, или около 4 пъти по-голям дял.

През 1994 г. brutните доходи по чл. 13 са били около 199,0 млрд. лв., облагаемият доход е бил 25,405 млрд.лв., данъчните облекчения – 7,348 млрд.лв, доходът за облагане – 18,057 млрд. лв, срещу които е бил дължим данък от 2,214 млрд. лв., декларирани и платими през 1995 г. (до 30 юни 1995 г. са били платени 85,7%). Това представлява около 6,3% от всички постъпления от данъка за 1995 г., като от този от еднолични търговци - само 2,0%, а от всякакви други доходи извън трудовите правоотношения

³ Ценова, Е. Подходното облагане на физическите лица – алтернативи на развитие. - в-к "Делова седмица", бр. 20 и 21, 1997; Александров, Ст. Философията на бюджета е добра. - в-к "Пари", 11 ноември 1997, с. 6.

(хonorари, наеми и т.н.) – 4,3%.

Както става ясно, приходите от данъка извън трудовите правоотношения едва надхвърлят този дял от 80-те години, при многократно набъбнал частен сектор. Паралелно с тези данни (засягащи предприемаческата дейност, свободните професии, наемодатели и т.н.) се развиваше и процес на прехвърляне на наемните работници от общественения в частния сектор, с масово избягване на данъците, основно чрез недеклариране или умишлено занижаване на доходите (системата на "двойните ведомости"). Всичко това не само стесняваше обхвата на облагаемите доходи, но е и социално несправедливо и антипазарно по дух, понеже нарушава данъчната справедливост.

Съгласно Закона за собствеността и ползването на земеделските земи, доходите на селскостопанските производители от производството на растителна и животинска продукция се освобождаваха от данък върху общия доход за първите 5 години от влизане в сила на посочения закон. Тъй като реформата в селското стопанство се забави, същият текст по същество беше възпроизведен и в новия ЗОДФЛ (ал. 3 на чл. 12, в сила от 01.01.1999г.). Лицата, подлежащи на облагане по чл. 13(1), се смятаха данъчнозадължени за доходите от производство на стоки за потребление на населението за 75% от тях за първите 3 календарни години от влизането в сила на този закон.⁴

Данъчна привилегия си поиска и по традиция силното лоби на свръхразвития у нас професионален спорт. Съгласно чл. 2, ал. 4, въведена с поредното изменение на ЗДОД "Не се включват в облагаемия доход получените чрез спортните организации предметни награди от призьорите в спортни състезания".⁵ На другата година спортистите си поискаха и данъчни привилегии за (немалките) доходи в пари, но тук не успяха. Така през следващите години те ползваха вече цитираната привилегия (например вместо парична награда - лека кола), за да заобиколят облагането. Списъкът може да бъде продължен.

В същото време последователно бяха отклонявани предложенията, включени в проекти за нов Закон за облагане на доходите на физически лица. Още през 1990г. например, беше направено предложение за облагане на доходите от лихви по депозити. В подобен проект от 28.08.1992г. освен лихвите беше включено и предложение за въвеждане на данък върху нарастване на капиталовата стойност по пазарни цени (capital gains tax). Не е тайна, че тук провалите бяха в полза на силната реституционна прослойка, тъй като ако собствениците на големи имоти трябваше да плащат данъка, от 10 имота 2-3 щяха да бъдат продадени. В страните с развита пазарна икономика обаче нарастването на капиталовата стойност е традиционен обект на облагане (и при индивидуалния и при корпоративния данък). В новия ЗОДФЛ, чл. 12(2) също беше записано, че "не се смята за доход полученото при продажба или замяна на имущество, придобито по наследство, завет, дарение и на реституирано имущество, както и наследствата и даренията".⁶

⁴ ЗАКОН за изменение и допълнение на Закона за данък върху общия доход. - "Държавен вестник", бр. 27, 1991, преходни и заключителни разпоредби.

⁵ "Държавен вестник", бр. 62, 1992.

⁶ ЗАКОН за облагане доходите на физическите лица. - "Държавен вестник", бр. 118, 1997.

През тези и за съжаление и през следващите години не бяха правени никакви опити дори за предлагане на някакви данъчни облекчения за отглеждане на деца или във връзка с погасяването на заеми за жилищно строителство, каквито почти неизменно присъстват в законодателствата на всички развити страни с пазарна икономика. Впрочем, "старите" заеми за жилища бяха "привилегировано" погасени за сметка на инфлацията и непазарната лихва, фактически за сметка на депозитите на вложителите.

В 1993 и 1994г. започна ограничаване на най-явните пропуски и слабости в обхвата на облагаемите доходи по ЗДОД. Процесът продължи и през следващите 2 години.⁷ Последователно отпаднаха облекчения за лични автомобили и някои ценни книжа, а от 1996 г. - и за МДА и държавните съкровищни бонове. Въведоха се отново патентен данък и авансово облагане. Към 1996г. тогавашният министър на финансите Д. Костов беше принуден да признае, че в рамките на съществуващия (многократно променян) ЗДОД не може да бъде разширена съществено данъчната основа. По изчисления на Е.Ценова, началник на отдел в ГУДА при МФ през 1994г. доходите са били 84,1% от БВП, а през 1995г. – 81,3%. За същия период делът на тези, неподлежащи на облагане (по реда на ЗДОД и други закони) нараства от 58,2% на 61,9% от дохода. Или, съотнесено към БВП, облагаемата основа на данъка за 1994г. е 35,2% от него, а за 1995 г. – 31,0%. Приблизително толкова (при отчитане на различията в методологията на изчисление) показват изчисленията за дела на работната заплата в БВП (табл. 1). Тази база на данъка е твърде стеснена. Тя е 2,5 – 3 пъти под максимално възможната, която наистина е достигана само в най-развитите страни с пазарна икономика. В условията на стеснен обхват на облагаемите доходи относителната устойчивост на данъчните постъпления (в процент от БВП) се постигаше главно за сметка на нарастване данъчната преса върху намаляващия обществен сектор на реалната икономика, както и върху бюджетната сфера. Освен цифрите от последната колона на табл. 1, показателни в това отношение са данните от табл. 2, отразяващи месечните изменения на данъчната тежест към облагаемите суми, т.е. влиянието само на скалата. В условията на висока инфлация тя расте твърде бързо и на моменти надхвърля 20%. Освен това забележима е тенденцията още при въвеждането на нова данъчна скала данъчната тежест да е относително по-висока в сравнение с тази при въвеждането на предишната скала.

Известно разширяване на доходите настъпи след приемането на новия ЗОДФЛ (в сила от началото на 1998г.) и неговите изменения и допълнения (в сила от началото на 1999г.).⁸ По-важните промени в закона се състоят в следното: премахнат беше двойният необлагаем минимум, а приложението на патентния данък – чувствително разширено; въведено е, макар с много компромиси, данъчно облагане върху нарастването на капиталовата стойност; вместо принципа на териториалното облагане е въведен по-съвременният – за облагане на световния доход на местните и чуждестранните физически лица (разбира се, в съвместимост със сключените

⁷ Вж. например измененията и допълненията на ЗДОД в "Държавен вестник", бр. 23, 1993, бр. 38, 1994 и бр. 59, 1995.

⁸ ЗАКОН за облагане доходите на физическите лица. - "Държавен вестник", бр. 118, 1997, изменения в бр. 7 и бр. 153, 1998.

от България около 40 международни спототби за избягване на двойното данъчно облагане – техните текстове са с примат пред общите разпоредби на ЗОДФЛ). Този принцип засяга интересите на около 18-20 хил. души български граждани, работещи в чужбина, което налага да се търсят практически подходи за по-плавно му осъществяване.

Таблица 2

Изменение на действителната данъчна тежест по месеци към средната работна заплата в общественния сектор на реалната икономика (в % към облагаемата сума за IV.1991г. – IV. 2000г.)

години месеци	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
януари	-	16,2	15,5	14,8	15,4	13,3	24,8	16,0	15,4	14,6
февруари	-	16,3	15,8	15,0	15,6	13,3	16,3	16,1	15,3	14,7
март	-	13,0	12,3	16,2	17,0	14,3	19,4	16,9	16,0	15,6
април	7,3	13,0	12,1	12,4	16,7	14,2	20,0	17,0	15,9	15,7
май	9,2	13,0	12,6	12,7	16,9	14,6	21,1	17,0	16,5	
юни	10,6	14,6	13,8	13,7	13,0	17,5	15,7	17,3	16,2	
юли	11,3	14,5	13,6	13,5	12,5	17,1	15,3	17,1	16,1	
август	11,8	14,5	13,7	13,7	12,5	17,6	15,4	17,1	16,2	
септември	14,4	15,9	14,7	14,7	13,6	20,5	16,6	17,7	16,8	
октомври	15,2	15,5	14,4	14,5	13,0	20,2	16,2	17,4	16,1	
ноември	16,4	15,8	14,8	15,3	13,1	20,9	16,8	17,4	16,3	
декември	17,2	16,9	15,6	16,2	13,9	23,4	17,7	17,9	16,7	

Забележки: 1. Изчислено на база на данните от Информационен бюлетин на БНБ (месечен) и данни на НСИ. 2. С двойна черта е означен моментът на въвеждането на нови данъчни скали.

Освен това настъпи известна яснота и разделение при облагане на доходите на дребните фирми (основно - еднолични търговци), като в много случаи законът препраща към текстовете на Закона за корпоративното подоходно облагане. Беше изяснено също данъчното третиране при прекратяване дейността на едноличния търговец.

Самото наличие (след повече от 10 годишно отлагане) на цялостен Закон за облагане доходите на физическите лица предполага и по-голяма съгласуваност на данъчно-нормативната материя и по-прецизно дефиниране на редица спорни положения. Впрочем, това не попречи "обрастването" на закона с традиционните "изменения и допълнения" да започне още през първата година на приложението му. През 1999 г. бяха направени още някои стъпки към разширяване на данъчната основа. Въведено беше облагане (20% пропорционален данък) на доходите от допълнителното пенсионно, здравно и социално осигуряване. Освен това обезщетенията по чл. 237, ал. 1, 2, 3 и 4 от Закона за отбраната и въоръжените сили вече се облагат, но като компенсация беше въведен коефициент за тяхното увеличение 1,45. Същият коефициент се прилага и при редица други натурални доходи на военнослужещите, включени в облагаемия доход, като безплатна храна, работно и униформено облекло, вещеве имущество и снаряжение. Погледнато по-широко както нашият, така и световният опит показва, че работодателите и данъкоплатците са винаги склонни да избягват чувствително данъчното облагане чрез предоставяне на доходи в натурална форма. В същото време, те са твърде трудни за облагане, а не могат и да бъдат премахнати напълно. Много трудно е обаче например, да се изчисли

обемът на личното потребление по отношение на жилища, служебни коли или изчислителна и размножителна техника, командировки и участие в служебни развлекателни програми. Затова се припоръчва линия на възможно ограничаване на натуралните доходи. Освен това, като компромис, в трудните случаи се препоръчва пропорционално облагане със сумата на придобивките, плащано не от индивидуалния данъкоплатец, а от фирмата-работодател.⁹

С приемането на Закона за облагане доходите на физическите лица (в сила от началото на 1998г.) и неговите последващи изменения и допълнения, дялът на доходите от нетрудови отношения нарастна значително. В основни линии това се дължи на разгръщането "в ширина" на патентния данък, както и на премахването на "двойния" необлагаем минимум (по съществуващите дотогава чл. 4 и чл. 13). През 1999г. приходите от тях са вече около 19% от всички приходи, а за 2000г. този дял е разчетен дори на 25%. Необходимо е обаче да се има предвид, че увеличението на този дял само частично се дължи на нормативното увеличение на облагаемите доходи извън трудови отношения или събираемостта на данъка от тях. С по-голяма тежест в това отношение е намалението на облагаемата маса от доходите по трудови правоотношения. За това свидетелства факта, че за 1999г. първоначалният дял на приходите извън заплатите е бил разчетен на 14,5%, но поради неизпълнението на приходите от заплатите (85%), както и преизпълнението на тези извън (около 124%), съотношението се е променило.

Трябва да се каже, че дори планирания дял на данъка по извънтрудови отношения за 2000г. не е пропорционален на съответните доходи. Затова свидетелства фактът, че от заетите лица в икономиката на България през 1999г. средногодишно около 3072 хил. души, наетите работници са около 63,6%, докато самонаетите – около 36,4%.¹⁰ Този дял е твърде висок дори в сравнение със съседните Гърция и Турция (около 27%). Към това трябва да се добавят и 200-300 хил. самонаети в "черната" икономика. Освен това, много от наемните работници имат допълнителни доходи от хонорари, наеми и т.н. От друга страна, от около 1120 хил. самонаети над 700 хил. са в селското стопанство, доходите от което са нормативно необлагаеми. Голям дял от доходите извън заплатите също не се облагат с протресивен данък, а с патентен (твърда сума). Все пак, не може да се отрече и по-високият процент на избягане на данъка. Впрочем, навсякъде в света доходите от работна заплата, облагани "при източника" се събират по-пълно, отколкото останалите, облагани върху основата на подадена декларация.

2. Оставащи проблеми

За съжаление и новият ЗОДФЛ не разреши много от наболелите проблеми по разширяване на данъчната основа на индивидуалния подоходен данък, в т. ч. такива, които са добре известни.

На първо място, отново не бяха включени в облагаемите доходи задължителните пенсии. По принцип пенсията е доход, произведен на получаваните през активния живот доходи и на общо основание подлежи на

⁹ Muten, L. In: Fiscal Policies in Economies in Transition. – Washington: IMF, 1992, p. 201-202.

¹⁰ По Статистически справочник 2000. София: НСИ, с. 46, 49.

данъчно облагане. Още повече, че вноските за пенсионно осигуряване се приспадат от облагаемия доход. Смущението идва от негативния социален и пропаганден ефект на подобна стъпка. Наистина пенсиите в България са сравнително ниски и при това относително понижаващи своя размер. Така, ако през 1989г. средната пенсия е била 46,0% от средната заплата, то през последните години тя е едва около 30%. Дори и при сегашната пенсионна система (от "разходно-покривен" тип), ако не съществуваше административното по своя характер правило за максимална пенсия, равна първоначално на три, а от 2000г. на четири социални пенсии за старост, съответно над 160 и над 60 хил. души биха получили по-големи пенсии. Впрочем, очаква се това да стане от началото на 2004г., съгласно пар. 6 на преходните и заключителните разпоредби на Кодекса за задължително обществено осигуряване. В бъдеще, както бе споменато, начините и фомите за пенсионно осигуряване ще се увеличават и разнообразяват върху основата на принципите на застраховането ("капиталов" тип) – задължително и доброволно. В резултат, много хора ще получават повече от една пенсия, а различията в сумарните доходи от пенсии чувствително ще се увеличават. Вече около 300 хил. души правят вноски за допълнителни пенсии.

В същото време въпросът тук не е само в това да се обложат самите пенсии. Става дума за факта, че пенсионерите, получаващи и други доходи (от ренти, наеми, свободни професии и трудови правоотношения и т.н.) неоснователно ползват два необлагаеми минимума - един чрез пенсията и втори - от останалите доходи. Ето защо бяха правени най-различни опити за регулиране на техните доходи. Те бяха като правило частични и поради това – неуспешни, още повече, че бяха и противоречиви по своята насоченост. Такива са удържането на 35% от работната заплата на работещите пенсионери, последвано от наредбата, че те могат да получават до две минимални заплати без тези удръжки. В по-ново време може да се посочат намалението на патентния данък за някои дейности само за пенсионери (с 40% от базовия размер), както и новопоявилото се противоречие между облагането на доход от допълнителното (т.нар. 2-ри и 3-ти стълб) и необлагането на този от задължителното пенсионно осигуряване (1-ви стълб).

Всички тези противоречия ще изчезнат, а стимулите към труд за хората в пенсионна възраст ще се запазят, ако съвкупният доход на пенсионерите се облага, но необлагаемият минимум за тях бъде увеличен. При сегашен размер от 80 лв. месечно и най-голяма пенсия от 160 лв., това би означавало за тази група данъкоплатци той да бъде около 200% от базовия минимум. Би могло, както е постъпвано при други поводи, необлагаемият минимум за пенсии да е 150% или 120 лв., а засегнатите от облагането пенсии да се повишат номинално със сумата на изземвания данък, така че реалният им размер да остане същия. Веднъж въведен данъкът по този начин в дългосрочна перспектива се откриват възможности за по-бързи и същевременно по-плавни изменения. В случая обаче ще е необходимо сумите от допълнителния данък да бъдат прехвърлени в приход на пенсионния фонд. Така самите пенсии в досегашния им максимален размер фактически няма да бъдат облагани. В средно- и дългосрочен план данъчната привилегия, може според преценки, върху основата на обективен

анализ да се запази, намали или премахне. По този начин беше подхотено и в Унгария, където още през 1988г., с влизането в сила на новия закон за индивидуалното подоходно облагане пенсиите бяха включени в облагаемите доходи. Пенсионите се облагат и в Чехия, Гърция и всички развити страни с пазарна икономика.

Аналогично стои въпросът със стипендиите, смятани досега неоспоримо за "социален доход", неподлежащ на облагане. И тук въпросът не е толкова в самата стипендия, колкото в сумарния годишен доход на индивида, който я ползва. Наред с това все по-често сме свидетели на стипендии (плащани например от чуждестранни и наши фирми или фондации), които по своя размер не могат да се дефинират като "социални". Много от тях вече са не за сметка пряко на държавния бюджет, а за сметка на данъчни облекчения, в т.ч. предвидените в ЗОДФЛ и Закона за корпоративното подоходно облагане, т.е. за сметка на доходи, които не са облагани. По такъв начин необлагането на стипендиите нарушава основното правило, че всеки доход трябва да бъде обложен веднъж.

Друга група доходи, които подлежат на данъчно облагане, са различните видове печалби от хазартни игри ("игри на щастие") като тото, лотария и др. Наистина тези печалби са част от платените от играчите суми, от същите суми се плащат разносните, акцизи, данък върху печалбата. В известен смисъл печалбите са "възнаграждение" за предишна, а също и за евентуални бъдещи загуби.

В същото време хазартните игри съществено са се променили в годините на прехода. В резултат на това, вкл. и на конкуренцията между различните видове игри, в някои случаи се стига до баснословни печалби. Например при игра на тото, в последните години, е достиган джак-пот от порядъка на 0,4 – 0,6 и дори 3 млн. лв. еднократна печалба. По своята природа големите печалби са във висша степен "нетрудов", но законен доход. При тях не може да става дума за някаква връзка между "усилията" за получаването им и размера на печалбата. При годишен необлагаем минимум от 960 лв. за 2000г. не само фискални, но най-вече морални и социални причини обуславят облагането им. Обратно, в морален и социален аспект големите печалби (в пари и предмети, вкл. жилища) подриват стимулите към труд. Трябва да се има предвид и немалкото количество големи печалби. Така още през 1996г. 72 души са само "тотомиллионерите", а отскоро държавната лотария въведе като предметна награда и лека кола марка "Мерцедес". От 20 до 100 хил. лв. са големите печалби в телевизионното състезание "Риск печели – риск губи".

Международната практика по въпроса е твърде резнообразна, така че механичното ѝ "копиране" (което по принцип е нежелателно) в случая е просто невъзможно. Във Франция например, доходите от хазартни игри се причисляват към т.нар. "случайни доходи" и не подлежат на облагане.¹¹ В САЩ е обратно, доходите от игрите на щастие се облагат с данъци – преди всичко с индивидуален подоходен данък – на общо основание. Това означава, че те се сумират с другите доходи. Така от спечелен през 1999г. джак-пот от 100 млн. долара, след облагането с данъци, притежателят е

¹¹ France. Business International Corporation, 1990,p.17.

получил "чиста" сума малко над 44 млн. долара.

Облагането на големите парични и предметни награди (примерно над 500 лв. единична стойност) с пропорционален данък от около 20% със сигурност няма да убие "стимулите" за игрите на щастие. В същото време то може да донесе и известни макар и неголеми приходи (ориентировъчно 5 – 10 млн. лв.) "немъчени" пари, без големи административни разноси и трудности. Това се равнява на 0,5 – 1,0% от сегашните постъпления от индивидуалния подоходен данък. Известно усложнение представлява само облагането на големите предметни награди, но то не е непреодолимо.

Доходите от производство на селскостопанска продукция (растениевъдна и животинска) също по принцип подлежат на облагане. Освобождаването им (както бе вече описано) за периода 1991-1999г. и в близкото бъдеще не е случайно. По начало дребните селски стопани, с техния специфичен менталитет, винаги и навсякъде са трудни за облагане, не само обективно, но и субективно. Достатъчно е да си спомним литературния герой Андрешко, станал напоследък синоним на отбягването от плащане на данъци. Важно е освен това да се посочи, че има и по-дълбоки причини за необлагането на доходите от селско стопанство. През целия този период в отрасъла е в ход една перманентна и много трудна, а отчасти и в различни насоки структурна реформа, на която все още не се вижда край. Селското стопанство в момента е отново "дребнопарцелно", много земи пустеят. Тепърва следва да се провежда и комасация, и да се "задвижи" пазара на земята. Работещите в отрасъла са в около и следпензионна възраст. Много лошо е финансовото положение на селските стопани, труден и скъп е кредитът, а техническият парк е износен. В резултат на натиска на международни организации, като МВФ, СБ, ЕС и СТО, България чувствително ограничи субсидирането на селското стопанство и намали тарифната и нетарифната защита на местните производители. Заедно с големия дъмпингов внос, това доведе до масово нахлуване на вносна продукция в страната, при същевременно свиване на вътрешните и външните пазари за българските производители. Нашата селскостопанска продукция се оказва в тези сложни условия неконкурентоспособна дори на вътрешния пазар. В тези условия освобождаването от данък върху индивидуалния доход може да се приеме за косвена (скрита) форма на субсидиране, макар и крайно несъвършена. Разбира се, никой от политиците не иска "допълнително да настройва срещу себе си електората", още повече, че дори процесът на връщане на земята не е завършил, не без тяхна вина.

Въпреки това, по принцип такъв основен и важен за българската икономика сектор, като селското стопанство, не трябва да остава повече изцяло освободен от данъци. Тук също е препоръчителен подходът на сходна страна, каквато е Унгария. В унгарския закон за индивидуалния подоходен данък от 1988 г. се предвижда облагането само на стопанствата с брутен доход над 500 хил. форинта, което приблизително е равно на десетократния размер на необлагаемия минимум. От тази брутна сума обаче се приспадат като необходимо-присъщи разходи 70% за растениевъдството и 90% за животновъдството.¹²

¹² Otto, G. Hungarian Fiscal System. - HBH, 1989, N 3, p. 31-36.

Подлежи на корекции и позицията на законодателя по отношение на данъчните облекчения за целите на дарителството. Съгласно чл. 22(1), т. 3 и чл. 22(2) на ЗОДФЛ данъчните облекчения за дарение от доходите извън трудови правоотношения са до 5% от сумата, след приспадане на необходимо-присъщите разходи и различните осигурителни вноски. Чл. 28(1), т. 1 изброява допустимото използване на дарението: "образователни и здравни заведения и организации, които са на бюджетна издръжка; организации с благотворителни, социални, природозащитни, научноизследователски, културни и спортни цели; регистрираните в страната вероизповедания, общини, фондове за подпомагане на инвалиди и пострадали от природни бедствия; БЧК, подпомагане на социално слаби, инвалиди, деца с увредено здраве или без родители; възстановяване и опазване на исторически и културни паметници". Както става ясно, едва ли има дейност, която да не е, или по-право - да не може да бъде представена като някоя от изброените. Тук не става дума за отричане на необходимостта от данъчни облекчения за дарителството въобще. Чрез тях, за изброените от законодателя цели, държавата чрез преотстъпване на сумата от данъка (в случая с даренията по ЗОДФЛ теоретичният максимум е 40%) става "съучастник", заедно с дарителя, във финансирането на цели, смятани за обществено полезни. Този кръг обаче е твърде широк и крие опасност от загуба на контрол (например, заместване на целите на дарението със субсидирана от данъкоплатеца реклама), злоупотреби, или просто - по-ниска ефективност на използване на средствата. Не е тайна, че дарителството (вкл. по ЗКПО, разпоредбите на който, естествено, трябва да бъдат в пълен синхрон с тези на ЗОДФЛ) се използва за недотам насъщни, от гледна точка на обществения интерес цели, като финансиране на професионални спортисти и други скъпи спортни обекти (стадион "Нефтохимик"), политически партии и техните предизборни агитации, излишни командировки и т.н. Основното тук е дилемата, доколко и в кои случаи, от обществена гледна точка, е по-целесъобразно дадени потребности да се задоволяват централизирано (в случая включваме и даренията за бюджетните организации и общините) и кои - на децентрализиран принцип, чрез т.нар. "неправителствени организации" (фондации), отчитащи по-гъвкаво потребностите на малки групи хора, които обаче най-често са пряко заинтересувани. Същата дилема формулират и Р. и П. Мюсгрейв: "Данъчните облекчения (освобождаване) могат да бъдат разглеждани като начин за осигуряване на стимули за използване на дохода за "похвални" цели, като благотворителни пожертвования или насърчаване на разходи за неща, които носят т.нар. "външни" облаги... в този случай намалението служи като субсидия, чрез която правителството намалява цената на определени дейности за данъкоплатеца, като в същото време го кара да харчи повече за тези дейности... По-скоро въпросът е дали дейностите заслужават субсидии, и ако е така, дали субсидиите да бъдат под тази форма."¹³

Най-важните, обществено значими потребности, в т.ч. и на сравнително малки групи, трябва все пак да бъдат осигурявани и финансирани от КДБ.

¹³ Мюсгрейв, Р.и П. Мюсгрейв. Държавни финанси – теория и практика. - София: Отворено общество, 1998, с.270.

Чрез дарения, финансирани и управлявани от фондации, е нужно да се осигурява допълнително равнище на задоволяване на тези потребности, плюс по-маловажните, в т.ч. на микрогрупите. Недопустимо е например такива съществени дейности като производството на учебници за средното образование, или българското филмопроизводство, да зависят (често в преобладаваща степен) от спонсори - най-често чуждестранни фирми и фондации.

Трябва също да се прояви разумен консерватизъм относно данъчните облекчения за стопанска дейност на "третия сектор" или предоставянето на бюджетни средства за управление от фондациите. Към октомври 1997г. се смята, че активно действат 3865 фондации (а общо регистрираните за целия следреформен период са около 6500), които са разпределили за същата година около 159 млн. долара, или 1,56% от БВП на България за годината. Образно казано, сумата е равна на всички бюджетни инвестиции, или на 1/2 от военния бюджет.

Освен това може да се зададе въпроса, защо правото на данъчни облекчения за дарения се дава само за доходите извън трудови правоотношения, а не на всеки данъкоплатец по ЗОДФЛ? Явно само внимателният и по-подробен анализ може да установи докъде и за какво "даренията" са обществено полезни, не обслужват прикрити частни и тясно групови интереси за сметка на хазната.

Сред спорните въпроси, предизвикващи широк интерес поради естеството си както и поради своята значимост и сложност, е и този за облагане доходите на физическите лица от лихви по влогове в банки, ДЦК и др. По своята природа те са форма на доход и безспорно подлежат на облагане. Още повече, че в по-конкретен план са основна форма на капиталов доход, а другите такива форми - дивиденди, части от разпределена печалба на база дялово участие и прирастът на капиталовата стойност (capital gains) по принцип вече се облагат.

Още в първите проектозаконови за облагане на доходите на физическите лица, та до вариантите на новия ЗОДФЛ, лихвите по влоговете често влизаха в кръга на облагаемите доходи. За това неизменно настояваха и експертите на МВФ, вкл. през есента на 1997г., с предложението си те да се обложат с пропорционален данък от 15% (подобно на дивидентите). Въпреки всичко, българските политици "устояха" на натиска – поне засега.

Нещата стават по-ясни, когато на тях се погледне по-широко и по-задълбочено. Така спестяванията на населението (в края на годината) са били: за 1988г. – 65,8% от БВП (в т.ч. 64,8% - в левове, 1,0% - във валута), за 1989г. – 69,1% от БВП (67,9% - в левове и 1,4% - във валута) и през 1990г., вече в обстановка на засилена инфлация – 65,6% (62,9% - в левове и 2,7% - във валута). След първия "шок" отрицателните лихви по депозитите, свързани с ценовата реформа от 1.ІІ.1991г. и засилената инфлация преди и след това, в края на 1994г. спестяванията на населението са 45,4% (34,6% в лв., 11,8% - във валута), а на 1995г. – 43,5% (33,5% в лв., 10,0% - във валута). В края на 1996г., със засилване на инфлацията, делът на депозитите на населението спада до 36,4% (22,0% - лв., 14,4% - във валута). В края на 1997г., поради високата инфлация през първата половина на годината и въпреки високите номинални лихви спестяванията са само 12,7% от БВП,

като за първи път делът на валутните – 6,9% надвишава този на левовите – 5,8%. Изтеглянето на част от спестяванията за покриване на текущи нужди, както и запазващото се недоверие към банковата система, не позволяват картината да се подобри съществено и през следващите две години. В края на 1998г. общата сума е само 11,2% от БВП (4,7% в лева и 6,5% - във валута), а на 1999г. – 12,9% (5,2% - в лева и 7,7% - във валута).¹⁴

Тези показатели обаче не са напълно представителни, тъй като включват и "нови" суми главници. Ако се отчита само покупателната способност на съпоставима база, то реалният размер на левовите спестявания до октомври 1997г., в сравнение с 1989г., е спаднал около 20 пъти, а общо на левовите и валутните – между 4 и 5 пъти.¹⁵ Особено жестоко бяха ограбени жилищно спестовните влогове, депозирани в "банката на нашите бащи" – ДСК, поради по-ниските лихви по депозитите, по-високия данък върху печалбата и изкуствено негативните лихви (около 1/3 от пазарните) при погасяване на старите заеми. Само за 1996-1997г. реалната стойност на левовите спестявания намаля 10 пъти. На практика, в годините на прехода, въпреки че за една от най-важните насоки на икономическите реформи беше обявена "приватизацията", паричните спестявания на населението фактически бяха "национализирани". И ако днес оценяваната като грешка "социалистическа национализация" имаше поне формалното оправдание, че "взема от богатите, за да даде на бедните", днешното ограбване на вложителите пряко или косвено служи точно на обратните цели. При това, за целите на междупартийните борби, полвинчатите и закъснели опити да се избегне бягството от банките и лева през 1996 г. бяха обявени за "вредни и погрешни".

По принцип всяка инфлация като правило облагодетелства длъжниците и притежателите на недвижими имоти и други реални активи, а е във вреда на притежателите на пари. Хроничната висока инфлация в България през 1990-1997г. обаче е най-голямата и най-продължителната в цялата нова 120-годишна история на страната. Макар че в нея има и редица "обективни" вътрешни и външни обстоятелства, а също немалка доза некомпетентност и безгрижие от страна на отговорните фактори, не може, погледнато ретроспективно, да се отрече, че в същото време тя до голяма степен беше умишлена. Това особено се отнася за периода 1996-1997г., забавянето на валутния борд и емисията на пари докрай. Тя беше подготвена от целия предшестваш период. Умишленото пренебрегване на предложенията на отделни икономисти да се ревалоризират влоговете и дълговете на банките е само поредното доказателство за казаното.¹⁶

Високият дял на спестяванията в БВП е добър индикатор за потенциала на банковата система. По-общо казано, съществува плътна корелация между брутните спестявания на домакинствата (в България те са около 85-90% от първите) и нормата на брутните инвестиции. Така че, запазването и стимулирането на спестяванията не е въпрос само от интерес

¹⁴ Изчислено по данни от Статистически годишник 1991, с.137; Статистически справочник 1998, с.54; Статистически справочник 2000, с.72. и данни за размера на БВП на България за съответните години.

¹⁵ Атанасов, Б. Управниците яко източват спестяванията. - в-к "Дума", 21 ноември 1997.

¹⁶ Подобно предложение прави например Милети Младенов. - в-к "Пари", 4 февруари 1997.

на спестителите, нито дори на стабилност и доверие в банковата система. Те са главният вътрешен нетен източник на инвестиции. Определянето на нисък ОЛП на базата на търговете за тримесечни ДЦК не може да се смята за пазарно.¹⁷ Ниските лихви по депозити и голямата разлика между тях и лихвите по кредити и сега не стимулира спестяванията. Потребността от кредитни ресурси се покрива в национален мащаб чрез скъпи нови заеми, а в същото време български капитали (както впрочем и траншове от заемите) носят лихви в чужди банки. При това, засега освен външните заеми, постъпленията от касовата приватизация, макар и на безценица, прикриват тежкото състояние на паричните ни баланси.

Ако бъдем точни, чрез инфлацията и другите административни по същество "игри" като задържане (в т.ч. до 2-3 години при плащане на ниска лихва като за месечен депозит и т.н.), потенциалният данък върху доходите от лихвите е събран за десетилетия напред. В този смисъл, преди да се помисли за въвеждане на данък върху доходите от лихви на физическите лица, би трябвало да се предприемат редица други мерки, свързани с тях. На първо място е необходимо да се приложи със специален закон и без други ограничения, компенсация на най-засегнатите - дългогодишните притежатели на жилищно-спестовни влогове. На второ място, в съзвучие с директивите на ЕС, трябва да се подобри законодателството относно гарантирането на влоговете. Това се отнася както за пределно гарантираните суми и процентът на тяхното покритие (за по-ниските би трябвало да бъде 100%), така и за безлихвеният период по време на ликвидацията на съответната банка и насилственото превръщане на валутните влогове в левови. Правила трябва да има и за "предфалитния" период. Липсата на всичко това, съчетано с поредния фалит на Кредитна банка (в началото на 1999 г.), който би могъл (според много специалисти) да бъде избегнат, показва, че е рано да се говори за доверие към лева и банковата система. Едва изпълнението на тези условия (като минимум) би позволило, след известен времеви лаг, да се мисли за въвеждане на данък върху лихвите от спестявания. Част от сложността на въпроса (както впрочем и при т.нар. capital gains tax) се състои във възможността при ниски реални лихви данъкът да превърне дохода в негативен. Така че трябва да се внимава, при въвеждането му да се облага само "истинския", т.е. реалния доход.¹⁸ Най-сигурното средство за това са устойчиво положителните лихви по депозитите, с един нормален марж между тях и лихвите по кредити. Във връзка с това парадоксално е, но е факт, че доходът от облагане на лихвите по влогове и натискът на МВФ за въвеждането му са били най-високи при свръхинфлация, когато негативните, но номинално двуцифрени месечни лихви биха "събрали" най-голям данък. Иначе, в сравнително спокойна обстановка, лихвите от влоговете през 1997г. биха дали също нелош доход – около 0,3% от БВП през 1998 г. (в която данъкът би бил удържан).

Впрочем, привилегированото (в т.ч. от гледна точка на данъчното третиране) кредитиране, по-специално за жилища, но също и за други обществено значими цели (например образование) е може би най-добрата и

¹⁷ Същото мнение изказва В. Йоцов в: Паричният съвет в България. С., Горекс прес, 1998, 180-181.

¹⁸ Muten, L. In: Fiscal Policies in Economies in Transition... p. 202-203.

перспективна форма за компенсиране на ексцесиите от изминалите периоди. На практика обаче в България става точно обратното.

В по-общ план твърде много са условията за разширяването на обхвата на облагаемите доходи (данъчната основа) като предпоставка за намаляване на данъчната тежест. По-важните от тях, в рамките на една студия не могат да бъдат обстойно обосновани, но трябва да бъдат изброени; повечето могат да се смятат във висока степен за общоприети (аксиоматични). Такова условие например, е запазването на индивидуалната база за облагане на физическите лица. Семейната основа не стимулира влягането на труд от втория член на семейството и същевременно води до загуби за фиска, поради неоправданото преливане на доходи. Но индивидуалният доход като база за облагане не е пречка за по-активна социално-демографска политика по линията на данъчните облекчения. Напротив, данъчни облекчения за първото и особено за второто дете в семейството са необходими, както и такива за плащане на лихвите по ипотека за жилище. Не са без значение и основните параметри на данъчната скала. Например, пределната ставка в средносрочен план би трябвало да бъде запазена в размер 40%. В Европа най-разпространените пределни ставки са в диапазона 40-50%, а изключенията са симетрично под и над тези граници. При това тази пределна ставка е редно да се достига при един диапазон от не повече от 10-12 пъти минималната работна заплата. В Европа съществуват данъчни скали, достигащи пределната ставка при 5-кратно и дори почти 3-кратно превишаване на дохода, облаган с минимална (нулева) ставка.¹⁹ Желателно е също необлагаемият минимум да бъде под или в краен случай – на равнището на минималната работна заплата. В обратния случай, както е сега у нас, данъчното бреме “се струпва” прекалено при средните доходи. Важен проблем е също постепенната трансформация на по-голямата маса от патентните плащания (около 300 хил. сега) в облагане по прогресивната скала. Укрепването на данъчната администрация както кадрово, така и технически (компютърна система), възможностите за данъчни проверки и по външни признаци, а също и засиления вътрешен контрол в данъчните служби са необходими предпоставки за това. Общата идея, обединяваща тези на пръв поглед разнородни условия е съчетаването на фискалната с регулиращите функции на данъка, при което данъчната тежест се носи по-равномерно, за да бъде социално по-поносима.

В най-широк план макроикономическата стабилност (едноцифрена инфлация, ниски или липса на дефицити в платежния и бюджетните баланси), умерената протекция, стимулирането на трудовата заетост и на износа също благоприятстват за разширяване обхвата на облагаемите доходи (в ширина и във времеви аспект).

¹⁹ От 2001г., съгласно холандския Закон за подоходното облагане, облагаемият доход до 31652 гулдена се облага с 3%, а този над 99460 гулдена – с 52%, или съотношението при праговете за доходите е 1:3,14. Източник: WILDE, G. de The New Dutch Income Tax Act 2001: International Tax Implications.- B u l l e t i n for International Fiscal Documentation, Vol. 54, N 5, 2000.

3. Данъчна и осигурителна тежест

Кръг от сравнително нови, но при това възлови проблеми, свързан с разширяването на обхвата на облагаемите доходи възниква при прехвърлянето на част от осигурителните тежести в индивидуалната работна заплата. В практически план у нас това стана през март 1996г., когато за първи път 2% от brutната заплата започнаха да се удържат за осигурителни цели. По принцип обаче въпросът възниква със самото начало на прехода от планово-директивна към пазарна икономика. Новата философия на системата за управление на икономиката неотменно включва прехвърлянето на част от осигурителните тежести от работодателя (фирмата, учреждениято) върху индивидуалната brutна работна заплата. Но този начин, при равни други условия, намалява обхвата на подлежащите нормативно на облагане с индивидуален подоходен данък доходи. Това е неизменно така, понеже практиката на всички страни с развита пазарна икономика е вноските от работната заплата (по принцип – пропорционални, но до известна горна граница) да се удържат преди облагането с индивидуален подоходен данък (който е прогресивен). Въпросът не е маловажен и в чисто количествено отношение, доколкото сумарният процент на облагане с осигурителни вноски от 2 през 1996-1997 г. през 2000 г. е вече около 9,06, а съгласно нормативните документи и прогнозните разчети в обозримо бъдеще ще достигне 16-18 или дори повече процента от brutната заплата.

Обикновено данъчните приходи на консолидираните държавни бюджети се класифицират в три големи групи: преки данъци, косвени данъци и социално-осигурителни вноски (става дума за вноските, задължителни по закон). Основание за отделянето на осигурителните вноски в обособена група е тяхната целева насоченост, т.е. обвързването им в условията на реални пазарни отношения с точно определени видове разходи. Но от гледна точка на влиянието им върху разходите за производството на дадена стока или услуга осигурителните вноски могат да се оприличат на преките или косвените данъци. Частта, плащана от работодателите представлява надбавка върху работната заплата и ценообразуващ фактор, понеже увеличава издръжката за производството. В това отношение тя е еднотипна с косвените данъци. Оттук заинтересуваността на работодателите за нейното намаляване. Това се прояви и в България, където едрите (най-вече чуждестранни) фирми съществено допринесоха за това в перспектива 50% от почти всички видове осигурителни вноски да се удържат от индивидуалната работна заплата, а едва 50% да се плащат от работодателите.²⁰ В международен план обаче този вариант е измежду най-консервативните. Съгласно статистиката на ОИСР, делът на наетите в плащането на осигурителните вноски за всички общественно-осигурителни програми е както

²⁰ Съгласно Кодекса за задължително обществено осигуряване, чл.6, ал.3, т.1 за фондовете "Пенсии" и "Общозаболяване и майчинство" вноските се поделят между наемният работник и работодателя за 2000 и 2001г. в съотношение 80:20, а от 2002г. всяка година делът на наемния работник расте с 5%, докато се достигне през 2007г. съотношението 50:50, което ще се запази и по-нататък. Аналогично в Преходните и заключителните разпоредби, параграфи 16 и 18, т. 6 а, същите пропорции и срокове се приемат съответно за фонд "ПКБ" и здравноосигурителните вноски. Единствено вноските за фонд "Трудова злополука и професионална болест", съгласно чл. 6, ал.4 са за сметка на осигурителя. (АПИС - Сборник закони, 2000, кн.1)

следва (в скоби – само за пенсиите): Италия – 21,2%, Канада – 34,4% (50%), САЩ – 38% (50%), Австрия – 42,9% (45%), Белгия – 24% (45,8%), Франция – 30,3% (48,4%), Ирландия – 35,6% (34,5%), Япония – 46,8% (50%), Люксембург – 40,4% (50%), Нидерландия – 49% (71,8%), Швеция – 0% (0%), Великобритания – 46,3% (няма сведения) и (Зап.) Германия – 48,1% (50%).²¹ Едва ли обаче един по-голям процент на осигурителните вноски, плащани от работодателите, в условията на България би повлиял на конкурентоспособността на производството. Делът на работната заплата в БВП е малък, а самото ѝ равнище е 2-3 пъти по-ниско дори от страни като Полша, Чехия и Унгария.

Частта на осигурителните вноски в индивидуалната работна заплата има характер на пряк данък. Тя не увеличава издръжките на производството, но съответно намалява реалния размер на заплатата. Прехвърлянето на осигурителните тежести в индивидуалната работна заплата при конкретните условия на българския преход (стагнация на производството и доходите) е класически пример за това. Обратно, ако имаше бърз растеж на производството и доходите, този процес би протекъл значително по-безболезнено.

Изменението на данъчната, осигурителната и общата данъчно-осигурителна тежест по месеци в реалния обществен сектор за периода 1996 – началото на 2000г. е показано в табл. 3. Данъчната тежест (% от средната брутна заплата, изземван от данъка) в началото на 1996г., т.е. преди въвеждането на осигурителните вноски от нея е 13,3%. Точно толкова е тя и през януари-февруари 2000 г. Но за разлика от 1996г. сега към нея се добавя още около 9,06% осигурителна тежест, при което общата данъчно-осигурителна тежест нараства до 22,4%, а за следващите два месеца – до 23,3 – 23,4%. В това се изразява влиянието на осигурителната тежест, увеличавана последователно от 2,0 съответно на 2,9; 4,5 и 9,06%. През март-април 2000 година благодарение на това общата данъчно-осигурителна тежест е почти равна на тази от периода на свръхинфлацията – края на 1996 и началото на 1997г. – 25,2% за декември 1996 и 26,3% за януари 1997г., макар че в процент от облагаемата сума (колона 4) данъкът върху доходите на физическите лица изземва чувствително по-малко. Още по-голяма е разликата в процент към brutната работна заплата (колона 1), т.е. преди приспадане на удържаните от нея осигурителни вноски.

Поради увеличаваният последователно процент на осигурителните вноски нараства и разликата между % на данъка от brutната работна заплата (колона 1) и този, изчислен към облагаемата сума (колона 4). От 0,2-0,5% през март-декември 1996 г. тя достига до 1,3-1,4% през януари-април 2000 г. В структурата на изземвания за данъци и осигурителни вноски дял от работната заплата расте тежестта на осигурителните вноски за сметка на тази на данъка върху доходите на физическите лица. Така при въвеждането ѝ през март 1996г. тя е 12,5% от общата данъчно-осигурителна тежест, докато през януари 2000г. е над 40,4% (март – 38,9, април – 38,7%). Тук трябва да се има предвид, че данъчната тежест се изменя в зависимост от величината на

²¹ Revenue Statistics of OECD, Member Countries. Данните са за 1989г. и обхващат всички обществено-осигурителни програми, покриващи пенсии по старост и неработоспособност, публично здравеопазване и компенсация при болест, безработица, семейно подпомагане и др.

брутния доход, понеже данъкът е прогресивен. Осигурителната тежест в рамките на 10-те минимални работни заплати месечно, приети като “таван” на осигурителния доход за целите на задължителното осигуряване, е пропорционална. Погледнато по-широко и в известна степен – хипотетично както в рамките на 10-те минимални заплати, така и над този размер, те са регресивни. Съответно вноските оказват влияние върху данъчната система в посока към регресивност, т.е. към раздалечаване доходите на богатите от тези на по-бедните след облагането с данъци в сравнение със съотношението им преди облагането.

Таблица 3
Данъчна и данъчно-осигурителна тежест в реалния обществен сектор (1996-2000г.)

Години	1996				1997				1998				1999				2000			
	Данъкът в % от брутната РЗ	Осигурителни вноски - % от бр. РЗ	Данъчно-осигурителна тежест (1+2)	Данъкът в % от облагаемата сума	Данъкът в % от брутната РЗ	Осигурителни вноски - % от бр. РЗ	Данъчно-осигурителна тежест (1+2)	Данъкът в % от облагаемата сума	Данъкът в % от брутната РЗ	Осигурителни вноски - % от бр. РЗ	Данъчно-осигурителна тежест (1+2)	Данъкът в % от облагаемата сума	Данъкът в % от брутната РЗ	Осигурителни вноски - % от бр. РЗ	Данъчно-осигурителна тежест (1+2)	Данъкът в % от облагаемата сума	Данъкът в % от брутната РЗ	Осигурителни вноски - % от бр. РЗ	Данъчно-осигурителна тежест (1+2)	Данъкът в % от облагаемата сума
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
януари	13,3	-	13,3	13,3	24,3	2,0	16,3	24,8	15,6	2,9	18,5	16,0	14,9	2,9	17,8	15,4	13	9,06	22,4	14,6
февруари	13,3	-	13,3	13,3	16,0	2,0	18,0	16,3	15,7	2,9	18,6	16,1	14,9	2,9	17,8	15,3	13	9,06	22,4	14,7
март	14,0	2,0	16,0	14,3	19,0	2,0	21,0	19,4	16,4	2,9	19,3	16,9	15,6	2,9	18,5	16,0	14	9,06	23,3	15,6
април	14,0	2,0	16,0	14,2	19,6	2,0	21,6	20,0	16,5	2,9	19,4	17,0	15,4	2,9	18,3	15,9	14	9,06	23,4	15,7
май	14,3	2,0	16,3	14,6	20,7	2,0	22,7	21,1	16,5	2,9	19,4	17,0	16,1	2,9	19,0	16,5				
юни	17,2	2,0	19,2	17,5	15,4	2,0	17,4	15,7	16,8	2,9	19,7	17,3	15,7	2,9	18,6	16,2				
юли	16,8	2,0	18,8	17,1	15,0	2,0	17,0	15,3	16,6	2,9	19,5	17,1	15,4	4,5	19,9	16,1				
август	17,2	2,0	19,2	17,6	15,1	2,0	17,1	15,4	16,6	2,9	19,5	17,1	15,4	4,5	19,9	16,2				
септември	20,1	2,0	22,1	20,5	16,3	2,0	18,3	16,6	17,2	2,9	20,1	17,7	16,0	4,5	20,5	16,8				
октомври	19,8	2,0	21,8	20,2	15,9	2,0	17,9	16,2	16,1	2,9	19,0	16,6	15,4	4,5	19,9	16,1				
ноември	20,5	2,0	22,5	20,9	16,5	2,0	18,5	16,8	16,9	2,9	19,8	17,4	15,6	4,5	20,1	16,3				
декеври	23,2	2,0	25,2	23,7	17,4	2,0	19,4	17,7	17,4	2,9	20,3	17,9	15,9	4,5	20,4	16,7				

Таблица 4 показва средните за отделните данъчни периоди тежести. И тук тенденцията към увеличение на съвкупната тежест се запазва, особено в сравнение с края на 80-те и началото на 90-те години. Наблюдава се обаче известно изкривяване поради механичното осредняване и нееднаквите по дължина периоди. Не е без значение и високата инфлация, главно през 1996-1997г., когато смяната на скалите не успява да “догони” промените на номиналните работни заплати.

В международен план общата данъчно-осигурителна тежест също е вече твърде значителна. В процент от брутните доходи в страните от ОИСР за 1992г. данъчно-осигурителната тежест се колебае от 15,4% за Япония до 46,9% за Дания, като при много от тях е по-ниска или близка до тази в България: Португалия – 17,2%, Испания – 17,7%, Гърция (1989) – 19,1%, Швейцария – 21,7%, Австралия – 23,2%, Нова Зеландия – 24,0%, Люксембург

– 24,4%, Великобритания – 25,6%, Австрия – 25,8%, Франция и САЩ – 26,0%.²² Става ясно, че както в страните с по-ниско икономическо равнище и по-лош данъчен морал (Гърция, Испания, Португалия), така и в редица високо развити държави с ефективна данъчна администрация, данъчно-осигурителната тежест е съпоставима с тази у нас.

Таблица 4

Средна действителна данъчна и осигурителна тежест към средната работна заплата в общественния сектор по периоди (в % към брутната работна заплата)

Номер по ред	Период	Срок на действие (месеци)	Средна данъчна тежест	Средна осигурителна тежест	Средна данъчно-осигурителна тежест
1	1989	12	9,9	-	9,9
2	1990	12	11,0	-	11,0
3	IV. 1991 - II. 1992	11	13,1	-	13,1
4	III. 1992 - II. 1993	12	14,8	-	14,8
5	III. 1993 - III. 1994	13	14,1	-	14,1
6	IV. 1994 - V. 1995	14	14,9	-	14,9
7	VI. 1995 - III. 1996	10	13,3	0,2	13,5
8	IV. 1996 - I. 1997	10	18,7	2,0	20,7
9	II. - V. 1997	4	18,8	2,0	20,8
10	VI. - XII. 1997	7	15,9	2,0	17,9
11	I - XII. 1998	12	16,5	2,9	19,4
12	I - XII. 1999	12	15,5	3,7	19,2

Забележки: 1. Средната данъчна и осигурителна тежест по периоди е изчислена като средноаритметична от месечните стойности на съответната тежест за срока на действие на данъчната тежест. 2. За 1989 и 1990г. Изчисленията са на база средногодишния размер на работната заплата. 3. За 1999г. Средната осигурителна тежест е средноаритметична от 2,9% за първото и 4,5% за второто полугодие, а за VI. 1995-III. 1996г. от липсата на осигурителни вноски в работната заплата (за 9 м.) и наличието на 2% вноски за (1 месец).

Ако обобщим, за предотвратяване на по-нататъшното нарастване на съвкупната данъчно-осигурителна тежест, се очертават две главни насоки. Първо, чрез разширяване обхвата на облагаемите доходи да се намалят действителните данъчни тежести както на индивидуалния подоходен данък, така и на различните видове осигурителни вноски.²³ Второ, хода на разсъжденията води до извода, че по-добро балансиране на интересите и извършване на реформата на осигурителните вноски при поносима социална цена биха се осъществили, ако в средносрочен план (близките 10-15 години) не повече от 33-35% от социално-осигурителните вноски се плащат за сметка на индивидуалната работна заплата, а останалата част – от работодателя. При отделните видове осигурителни вноски е възможно да има специфика. Вноските за фонд "ПКБ" например, би трябвало изцяло да се плащат от работодателя (той е отговорен за съкращаването на работни места), докато при пенсиите е възможно делът на личните вноски да е малко по-висок. По

²² Whiteford, P. The Use of Replacement Roles in International Comparisons of Benefit Systems. – In: International Social Security Review, 2, 1995, p.2. Процентите са изчислени към средната работна заплата на неженен производителен работник.

²³ В тази връзка предвижданото в Закона за държавния служител заплащане на всички осигурителни вноски на около 13200 държавни служители за сметка на бюджета е негативна стъпка. То е и в противоречие с политиката на внедряване на осигурителни вноски при досегашните "привилегирани", като кадровите военнослужещи.

този начин ще се запази и относително по-широкия обхват на облагаемите с данък доходи. При равни други условия това не само ще съдейства за увеличаване на данъчните постъпления, но и за прогресивния характер на цялата данъчна, тъй като понеже именно индивидуалният подоходен данък е прогресивния елемент в нея.

Заклучение

Направеният анализ позволява да се каже, че съществуват значителни резерви за разширяването на обхвата на облагаемите доходи с индивидуален подоходен данък. Тези резерви могат да се разглеждат в два аспекта. Първо, повишаване на фактическата събираемост чрез намаляване дела на "икономиката в сянка". Ако приемем, че сегашният ѝ дял е в размер 35% от БВП и за 10-годишен срок се постигне намаляването му наполовина, което означава приблизително достигането на средно европейско равнище, това означава нарастване на приходите от този данък (и всички други – по принцип) с около 21%. При запазен дял на приходите на КДБ (приема се че достигнатото им равнище е в рамките на оптималното – 40-45% от БВП) това означава със същия процент да се намали и данъчната тежест. Още по-големи са резервите за разширяване обхвата на облагаемите доходи от нормативно естество, т.е. като се разшири кръгът им по закон. Именно възможностите за това разширяване са основният предмет на този труд. Най-общо казано, към 1998г. събраните 4,7% от БВП могат да се разгледат като облагане на около 35% от БВП с 13,4% ефективна данъчна тежест. Тя е резултат и от двете групи фактори – фактическа събираемост и нормативен обхват. Ако в 10-годишен срок се достигне облагане на 55% от БВП с 13% средна ефективна данъчна ставка, това означава данъчни постъпления в размер 7,17% от БВП. Ако се обложат 60% от БВП със средна ставка 12,5%, това прави постъпления от 7,5%, а ако при същия обхват ставката е 10% - постъпленията ще бъдат 6% от БВП.

Вариантите тук могат да бъдат най-различни. Посочените примери, обобщаващи анализа на изложението, показват, че при разширяване обхвата на облагаемите доходи е възможно в средносрочен план достигане на три важни цели. Първо, намаляване на ефективната данъчна тежест с 2-3 процентни пункта. Второ, засилване фискалната роля на данъка до равнището на минималните постъпления от него в страните от ЕС или на близкото до него равнище на страните в преход от Средна Европа (7,5-6,0% от БВП). Трето, върху основата на първите две – по-висока регулативна функция на индивидуалния подоходен данък, без накърняване стимулите към повече трудови усилия.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ ИНДУСТРИАЛНАТА СТРУКТУРА И ВЪНШНОТЪРГОВСКИТЕ ОТНОШЕНИЯ

Анализирани са структурата на стоковия пазар в България при отварянето на икономиката, промените в отраслите и дялът на износа и вноса в произведената продукция. Проучени са механизмите на секторната политика в Европейския съюз, индустриалната политика и особено ролята на малките и средните предприятия, като са разгледани възможностите за стимулиране на външноикономическата ориентация в процеса на адаптиране на българските предприятия към условията на Единния вътрешен пазар. Стимулирането на структурните изменения при отварянето на икономиката е анализирано с оглед членството на България в Световната търговска организация и възможностите за прилагането на отделни инструменти на търговската политика от страните в преход. Формулирани са изводи за разработването на национална политика към външноикономическата ориентация на България..

Развитието на отрасловата структура в България в условията на прехода се определя както от възможностите за по-нататъшна специализация – като условие за засилване на експортните позиции, така и за ефективното функциониране на индустриалната структура. Поради това е особено важно да се отчита участието на отделните отрасли във външната търговия, при особеното внимание към онези, които предизвикват дефицит в търговския баланс и причините за това – производствени особености, осигуреност с национални ресурси и регионалното им разположение. Съществен елемент е и отношението с главните търговски партньори – и най-вече приоритетът на Европейския съюз (ЕС). Участието в Единния вътрешен пазар (ЕВП) е свързано както с хармонизацията на условията на функциониране на стопанските субекти, така и с провеждането на ефективна индустриална политика. Предвид изграждането на нова икономическа структура в условията на преход, отварянето на икономиката и участието в международни организации, от особена важност е прилагането на възможности за подкрепа на националното реструктуриране в рамките на условията, които налага Световната търговска организация, и използване на инструментите и мерките, които са регламентирани в подкрепа на националната структурна политика.

¹ Емил Панушев – ст.н.с. II ст. д-р в Икономически институт на БАН, секция “Международна икономика”, тел: 989 05 95 (в. 835), факс: 988 21 08, e-mail:

1. Национален стоков пазар

Един от основните индикатори за отвореността на икономиката е функционирането на националния стоков пазар. Неговото развитие се обуславя от възможностите за ефективното производство на стоки, реализацията на сравнителни предимства при достигането на благоприятна вътрешноотраслова структура и конкурентни позиции спрямо вноса, т.е. по отношение въздействието върху условията на търговия. Наред с това съобразно с критериите на ЕВП на ЕС този пазар е в много голяма степен определян от приетите стандарти за качество на продукта и нормите за защита на потребителите.

Оценката на стоковия пазар в България може да се основава на съотношението между производството и реализацията на основни групи стоки, като се обърне внимание върху конкурентоспособността и степента на технологично развитие на определени стокови групи, както и преценяване на участието им в процесите на формиране на крайното или междинното потребление. По този начин се обвързват ползите, реализирани при вътрешното функциониране на пазара, с ефектите от създаването на търговия и стимулиране на националното производство, а оттук и чувствителността на стоковия пазар по отношение вноса на идентични стоки и спазването на международно приетите регламенти за производство и търговия.

Функционирането и последващото отваряне и интегриране на стоковия пазар към по-големи пазари, респ. ЕВП на ЕС, в значителна степен се обуславя от разположението на производствените единици и производствената специализация на страната, реализирането на икономии от мащаба и възможностите, с които дадено производство на стоки позволява да се въздейства върху условията на търговия и стимулира развитието на експорта.

Наред с това националните регулации в най-голяма степен отразяват целите и приоритетите на политиката по отношение развитието на определени отрасли и доминиращата им роля в националната структура, тяхната защита, както и диверсификацията на съществуващите отрасли и защитата на нововъзникващите. В условията на отворена икономика това естествено е свързано с определени експортни рестрикции. Начинът на прилагането им се определя както от необходимостта за защита на националните ресурси, така и от режима, който е предоставен във връзка с достъпа до външни пазари.

При отварянето на икономиката стоковите пазари са в най-голяма степен зависими от вътрешните условия, определяни от националната икономическа политика, както и от спецификата на отрасловата структура. Например при развитието на сравнителните предимства основно място се поставя на вече създадените в рамките на определена отраслова структура, тъй като новите биха възниквали в процеса на реално отваряне и реализиране на процеси на реструктуриране на отраслите, особено при интегрирането им в регионалните търговски блокове. Тук естествено се поставя и въпросът в каква степен тези производства са повлияни от търговски бариери и доколко експортната структура е съвместима с

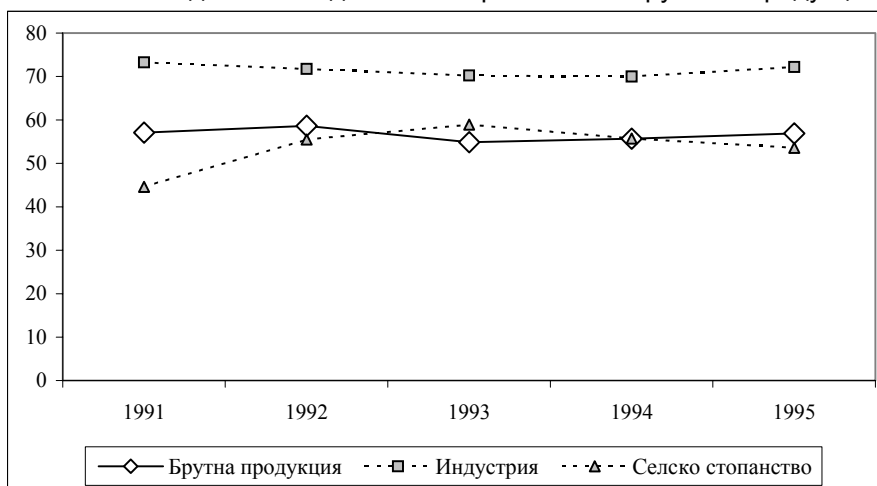
търговската политика на блока, към който е ориентирана или пък в каква степен нейната вътрешноотраслова специализация позволява да се развиват допълнителни сравнителни предимства.

Във връзка с това е важно да се отбележи, че отрасловата специализация у нас, а и в другите страни от Централна и Източна Европа се основаваше на друг модел на международни икономически отношения, при който създаването на организиран от държавата пазар се придружаваше с неговата реална сегментация, висока степен на концентрираност на производството и разпределителен модел на оформяне на външнотърговските връзки. Това беше и една от основните причини за краха на предишната търговска система в рамките на СИВ и категоричното отбягване на търсенето на форми за възстановяване на ефективни елементи от нея.

В новите условия търговската преориентация на България се осъществява на базата на развитието на индустрията със собствени сили и подкрепата на съществуващи производствени капацитети при единствена алтернатива на търсенето на външни пазари. Цената на такава вътрешна подкрепа може да се определи от развитието на вътрешноотрасловото потребление, което в определена степен е и израз на вътрешноотрасловата търговия. Както показват данните от фиг. 1, все още е значителна затвореността в секторите с цел подкрепа на производствените потенциали. И докато за общата брутна продукция тя е около 55%, при индустрията достига значително по-високи граници. Такъв тип затваряне на вътрешноотрасловото потребление в голяма степен се обяснява с високата технологична обвързаност и спада във вноса за разглеждания период, което е и характерно за периоди на депресия, при липсата на експортноориентирана стратегия и определено отсъствие на ефективни регулативни инструменти на външнотърговската политика.

Фигура 1

Относителен дял на междинното потребление в brutната продукция

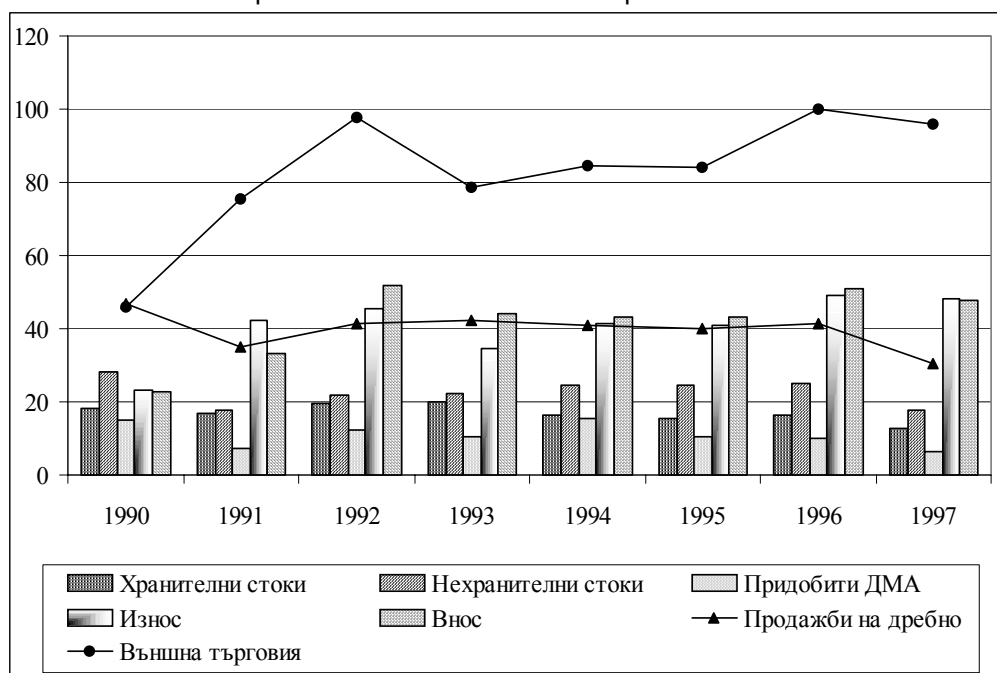


Изчислено по: Основни макроикономически показатели за България и Статистически годишник на България, НСИ, за съответните години.

Вторият характерен елемент на стоковия пазар е развитието на продажбите на дребно и износа като съвкупна оценка на реализацията на брутната продукция в националното стопанство. Както показват данните от фиг. 2, за периода на прехода се забелязва нарастване дела на продажбите на дребно, при цялата условност на това твърдение, предвид различните индекси на цените за двете групи стоки - хранителни и нехранителни. Трябва да се отчита и силното влияние на либерализацията на вноса върху националния стоков пазар, което се отразява основно върху продажбите на дребно. На практика търговията на дребно се оказва по-разпространената форма на реализиране на вноса при ограничените възможности на стопанските агенти да осъществяват външноикономически пробиви на нови пазари. Износът обаче е с показателна тенденция към нарастване, но главно по отношение на традиционни отрасли и реализиране на вече съществуващи сравнителни предимства.

Фигура 2

Относителен дял на вътрешната търговия, придобитите дълготрайни материални активи и външната търговия в БВП



Изчислено по: Статистически годишник на България, НСИ; Външна търговия на България; Износ и внос за съответните години.

В последните години обаче засилването на процесите на реструктуриране и натискът на външните пазари доведоха както до спад във вътрешната търговия (в резултат и от намаляването на покупателната способност), така и до увеличаване на вноса, с последващите отрицателни ефекти за платежния баланс. Като резултат от тези процеси нарасна ролята

на външната търговия при реализацията на БВП и се засили необходимостта от ефективна външнотърговска стратегия.

Ограничените възможности за износ се отразяват и върху пазара на инвестиционно оборудване. Като елемент, непряко свързан със стоковия пазар, инвестициите, от една страна, отразяват спада в индустрията, но от друга те са и реакция от състоянието на пазара. Предвид забавящите се процеси на реструктуриране в индустрията, тяхното равнище е по-скоро стремеж към запазване на позициите в износа, отколкото отговор на бъдещи възможности за експорт, поради което и тенденцията им е обратна на тази при вноса.

Като цяло обаче не би могло да се твърди, че стоковият пазар в този му вид отразява тенденция към ефективна отворена система на взаимодействие предвид отсъствието на национални регулации и определена стратегия във връзка с интегрирането към определени стокови пазари. Още повече, че за интегрирането към определени пазари се изискват и допълнителни условия от гледна точка на ефективното използване на производствените фактори, при намалена роля на предимствата от традиционен характер – главно по отношение ниското равнище на работната заплата. Тъй като тези фактори се изчерпват с разширяването на външнотърговските отношения, това налага и избора на нов тип стратегия – главно по линия на технологичното развитие.

Следващият елемент на стоковия пазар са възможностите му за реализиране на външноикономическа стратегия и стабилността му спрямо вноса, тъй като отварянето на пазара съчетава както елементите на активен износ, така и неговата устойчивост на натиска, оказван от външната среда.

По отношение дела на износа в произведената продукция данните в табл. 1 показват, че националното производство на отрасъл "Промисленост" продължава да реализира предимствата на изградената технологична база, като изнася близо 50 на сто от произведената си продукция. От анализа по отрасли се вижда обаче, че през последните години тенденцията се промени значително, като се увеличи ролята на отрасли със суровинни сравнителни предимства – черна металургия, промишленост за строителни материали, дърводобив и дървопреработваща промишленост, текстилна и трикотажна промишленост, шивашка промишленост, кожарска, кожухарска и обувна промишленост, както и селското стопанство (растениевъдство). За отрасли, които досега са били с най-голяма тежест при развитието на националната външноикономическа политика – машиностроене и металообработване, химическа промишленост, електротехническа и електронна промишленост, хранително-вкусова промишленост – се отбелязва тенденция към намаляване дела на износа в произведената продукция. Тяхната традиционност и ниска технологичност продължават да се крепят на традиционни сравнителни предимства и не би могло да се очаква, че това ще се превърне в основа на ефективна стратегия на реструктуриране на националното стопанство. Ако се подходи от гледна точка на европейската ориентация, те на практика са отрасли, засегнати в най-силна степен от външнотърговската политика на ЕС. Тяхната продукция би могла да бъде ефективен търговски елемент на пазари на трети страни, а оттук и въпросът за стратегията на отварянето на пазара към тях.

Таблица 1

Относителен дял на износа в произведената продукция

Години	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Отрасли									
Промисленост	0.0	0.0	31.4	38.1	38.9	42.3	43.3	45.4	45.1
Производство на електроенергия и топлоенергия	0.9	7.0	10.6	0.6	2.0	1.6	3.0	1.9	9.6
Каменовъглена промисленост	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.2	0.0
Нефтодобивна и газодобивна промисленост	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Черна металургия (вкл. добив на руда)	10.2	9.0	18.5	79.8	79.3	84.8	75.8	62.6	69.7
Цветна металургия (вкл. добив на руда)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Машиностроителна и металообработваща промисленост	42.2	37.0	50.7	47.5	40.2	55.2	51.0	46.9	40.2
Електротехническа и електронна промисленост	44.8	43.5	54.6	48.8	43.6	45.7	37.1	63.0	65.2
Химическа и нефтопреработваща промисленост (вкл. каучукова)	18.0	15.6	46.9	47.3	60.4	50.2	50.0	48.5	42.7
Промисленост за строителни материали	2.5	2.4	8.1	22.1	18.9	26.6	26.5	116.0	123.4
Дърводобивна и дървопреработваща промисленост	7.2	5.7	21.6	40.7	42.8	48.9	41.1	118.6	136.7
Целулозно-хартиена промисленост	4.1	2.9	6.6	22.1	24.0	31.1	26.0	28.3	41.8
Стъкларска и порцеланово-фаянсова промисленост	5.5	2.9	16.9	23.4	21.9	28.4	33.0	20.2	19.9
Текстилна и трикотажна промисленост	7.6	4.5	25.6	32.7	35.3	41.3	42.1	59.7	72.2
Шивашка промисленост	16.0	11.5	24.2	84.9	81.4	78.4	90.0	93.7	120.0
Кожарска, кожухарска и обувна промисленост	13.3	9.7	24.5	74.8	83.2	83.2	84.6	106.5	120.9
Полиграфическа промисленост	5.1	3.6	3.2	4.9	1.4	4.6	3.3	5.9	5.6
Хранително-вкусова промисленост	13.2	8.5	25.9	30.5	29.2	36.4	37.4	42.4	35.8
Други отрасли на промислеността	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Селско стопанство	3.1	2.2	5.4	14.8	5.9	17.3	25.8	34.8	212.0
Растениевъдство	5.2	3.6	6.8	19.0	8.4	25.9	46.9	57.9	364.7
Животновъдство	1.4	0.8	3.6	11.0	4.2	10.3	6.6	19.1	76.5

Изчислено по: Статистически годишник на България, НСИ, за съответните години.

Анализът на влиянието на вноса като дял от произведената продукция от табл. 2 показва, че той конкурира отрасли с вече изявиени национални сравнителни предимства – каменовъглена промисленост, електротехническа и електронна промисленост, промисленост за строителни материали, целулозно-хартиена промисленост, текстилна и трикотажна промисленост, кожарска, кожухарска и обувна промисленост и особено селското стопанство. На практика тези отрасли са били в значителна степен подложени на натиск от страна на вноса, като това в много случаи е свързано с предлагането на продукция, определено отсъстваща или поне дефицитна на националния

пазар. В този случай обаче най-засиленото присъствие в отрасли, които са традиционно ориентирани към износ, поставя въпроса дали това е отговор на ниската диверсифицираност, или е елемент на либерализацията на пазара и последващото засилване на конкуренцията на него, особено по отношение на потребителските стоки. То е и отражение на вече посочените тенденции и е по-скоро ефект от внос на продукти, несъответстващи на националните ни стандарти, който измества традиционни производства.

Таблица 2

Относителен дял на вноса в произведената продукция

Отрасли	Години	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Промисленост		0.0	0.0	25.2	42.7	53.9	44.5	44.8	46.5	46.2
Производство на електроенергия и топлоенергия		14.8	13.8	24.6	13.1	4.4	0.5	2.2	0.9	0.0
Каменовъглена промисленост		50.2	52.3	76.8	42.7	35.1	35.8	37.8	78.2	79.5
Нефтодобивна и газодобивна промисленост		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Черна металургия (вкл. добив на руда)		26.3	25.8	10.4	35.7	44.9	39.1	25.8	25.5	25.6
Цветна металургия (вкл. добив на руда)		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Машиностроителна и металообработваща промисленост		45.6	46.6	31.5	62.4	73.8	64.5	64.8	58.0	58.5
Електротехническа и електронна промисленост		11.6	13.8	10.0	53.9	65.7	80.0	75.8	99.0	92.4
Химическа и нефтопреработваща промисленост (вкл. каучукова)		12.2	10.6	11.5	46.3	81.3	34.0	6.1	31.0	31.7
Промисленост за строителни материали		4.1	3.6	5.8	7.7	11.3	15.6	13.4	62.0	61.8
Дърводобивна и дървопреработваща промисленост		3.5	2.3	2.8	10.1	19.1	18.7	20.9	34.1	36.0
Целулозно-хартиена промисленост		28.2	22.1	37.5	63.5	60.9	71.8	67.8	64.0	82.1
Стъкларска и порцеланово-фаянсва промисленост		4.0	2.8	2.1	11.8	13.6	13.1	15.4	6.7	5.8
Текстилна и трикотажна промисленост		11.2	6.7	15.7	33.9	43.4	52.1	61.1	78.3	103.9
Шивашка промисленост		1.7	2.1	4.9	14.7	15.2	13.4	14.2	9.5	17.5
Кожарска, кожухарска и обувна промисленост		4.8	4.0	3.4	52.1	47.4	47.7	58.1	78.3	88.9
Полиграфическа промисленост		11.8	10.2	1.9	18.6	7.4	6.2	8.6	10.7	6.6
Хранително-вкусова промисленост		4.0	2.3	4.8	12.5	17.4	20.3	16.7	15.2	18.4
Други отрасли на промислеността		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Селско стопанство		3.4	0.8	3.6	1.6	3.5	6.0	5.3	35.0	279.4
Растениевъдство		7.1	1.4	6.3	2.6	7.8	11.5	9.6	80.6	534.0
Животновъдство		0.2	0.1	0.1	0.7	0.5	1.3	1.3	1.6	43.1

Изчислено по: Статистически годишник на България, НСИ, за съответните години.

Предвид неурегулираните елементи на външнотърговския режим, такъв ефект води до загуба на национални ресурси, а нерядко и до поставяне в неизгодни позиции на национални производители, тъй като изместването от националните пазари в голяма част от случаите е спекулативно и по-скоро повишава елемента на несигурност и неустойчивост, особено при намалени покупателни възможности на населението и ниска инвестиционна активност. Освен това тези резултати отразяват състоянието на пазара на стоки като формиращ се при нестабилност на предлагането и търсенето, главно поради условията на прехода. Такъв тип отваряне при ниски темпове на

преструктуриране и определено либерализирана външноикономическа стратегия би могъл да е индикатор по-скоро за технологичното равнище, качеството и производствените разходи, които да бъдат потенциал за растеж в националната икономика.

Таблица 3

Външнотърговско салдо по отрасли (млн. лв.)

Отрасли	Година	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Търговско салдо		877	245	12236	-12748	-28646	-10816	-20349	-32305	47180
Промисленост		0	0	10746	-10178	-38284	-10703	-11718	-19417	-184548
Производство на електроенергия и топлоенергия		-345	-155	-1962	-2515	-657	415	460	1736	178904
Каменноуглена промисленост		-325	-312	-3088	-2634	-2445	-3142	-4937	-31806	-283635
Нефтодобивна и газодобивна промисленост		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Черна металургия (вкл. добив на руда)		-406	-304	862	3846	4549	13604	25767	42181	560929
Цветна металургия (вкл. добив на руда)		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Машиностроителна и металообработваща промисленост		-355	-865	3882	-3914	-9514	-4808	-11188	-20736	-326754
Електротехническа и електронна промисленост		2860	1891	5923	-667	-2970	-8410	-14649	-21753	-143833
Химическа и нефтопреработваща промисленост (вкл. каучукова)		467	343	12066	433	-9325	18290	81913	87243	473797
Промисленост за строителни материали		-31	-23	110	890	564	1485	3004	6078	64496
Дърводобивна и дървопреработваща промисленост		57	48	811	1860	1807	4132	4641	14688	149987
Целулозно-хартиена промисленост		-151	-122	-963	-1174	-1319	-3172	-7375	-13379	-95715
Състларска и порцеланово-фаянсва промисленост		7	0	258	303	271	1075	2002	8677	97390
Текстилна и трикотажна промисленост		-100	-73	659	-115	-796	-2076	-5363	-10566	-162810
Шивашка промисленост		179	139	492	2520	2766	5368	9544	30398	347412
Кожарска, кожухарска и обувна промисленост		77	48	419	731	1311	2697	2822	6799	68767
Полиграфическа промисленост		-18	-22	17	-129	-174	-105	-567	-975	-1886
Хранително-вкусова промисленост		1175	959	8607	10064	7167	16618	33673	90280	488835
Други отрасли на промисленост		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Селско стопанство		-35	185	686	5843	1331	6586	13972	-100	-48633
Растениевъдство		-89	142	112	3433	130	3878	12225	-5763	-59489
Животновъдство		54	43	574	2410	1201	2707	1747	5663	10856

Изчислено по: Статистически годишник на България, НСИ, за съответните години.

При определяне на възможностите за отваряне на отрасловата структура на българската икономика в условията на либерализиране на международната търговия е особено важно съотношението между износа и

вноса. Може да се твърди, че някои производствени сектори показват признаци на поддържане на пазарни сегменти и това се вижда особено в отрасли, където се реализират традиционни сравнителни предимства. В същото време имат значение и случайните пазарни пробиви, което е характерно най-вече за селското стопанство. Най-висока стойност имат данните за суровиннопреработващите отрасли, базирани на национални ресурси (вж. табл. 3).

За разглеждания период преобладава отрицателното търговско салдо, главно в промишлените отрасли, като основните от тях, които влияят за тази тенденция, са каменовъглена промишленост, машиностроителна и металообработваща промишленост, електротехническа и електронна промишленост, целулозно-хартиена промишленост, текстилна и трикотажна промишленост, както и селското стопанство (растениевъдство). На практика това са отрасли, които бяха силно засегнати от реформите и се нуждаят от целенасочена структурна политика, тъй като досега реализираният от тях износ се базираше главно на сравнителни предимства от преработването на суровини. Експортнозначимите отрасли в този случай също се дефинират от национални сравнителни предимства (ниско равнище на работните заплати и цени на суровините). Това са химическа и нефтопреработваща промишленост (вкл. каучукова), промишленост за строителни материали, стъкларска и порцеланово-фаянсова промишленост, шивашка промишленост, хранително-вкусова промишленост и селското стопанство (животновъдство).

Ето защо развитието на стоковия пазар в България би могло да бъде елемент от стратегията на отваряне на икономиката, ако средносрочно подлежи на регулации по отношение на стандартите и технологичното развитие на продукцията. При това би следвало да се балансира вече установената сегментация с активно присъствие на външни пазари, което да бъде и част от стратегията на търсене на източници на растеж.

2. Индустриална политика и ролята на малките и средните предприятия

Предвид стесненият национален пазар, развитието на индустриалния сектор в значителна степен е повлияно от външноикономическите отношения, и особено от реализирането на предприсъединителната стратегия към ЕС. Така индустриалната политика на България трябва да се развива в контекста на подходите и инструментите на ЕС.

Индустриалната политика на ЕС в изграждането на ЕВП е свързана главно с повишаването на конкурентоспособността на европейските предприятия в две направления – големите европейски компании и малките и средните предприятия (МСП). За големите компании това е преди всичко повишаване на международната им конкурентоспособност чрез реструктуриране, нови технологии и иновации, особено в областта автомобилостроенето, авиокосмическата индустрия, химическата и целулозно-хартиената промишленост, както и енергоспестяващите технологии. Договорът за ЕС и целите на Икономическия и валутен съюз

определят следните насоки на европейската индустриална политика² и включват:

- приспособяване на индустрията към структурните изменения в световното стопанство и международните пазари;
- създаване на благоприятна среда за предприятията в ЕС и особено за МСП;
- развитие на индустриалния потенциал чрез стимулите на научно-технологичната политика.

Специалното внимание към структурните политики на ЕС и подкрепата за засилване на пазарните позиции на европейската индустрия допринесе за обособяването на ролята на МСП в общата индустриална структура, предвид нарасналият им дял на пазара на поддоставчици на големите индустриални предприятия.³ Поради това и засилването на пазарните позиции на МСП в европейския контекст се свързва със стимулиране на партньорството между големите и малките предприятия по линия на хоризонталните и вертикалните връзки. В тази насока политиката към тях се разработва на базата на концепцията "позитивна приспособяваща се политика" към бъдещите индустрии. Тя е свързана с развитието на междуиндустриалното коопериране и предвижда прилагането на следните мерки:

- стимулиране на контактите между индустриите за изследвания, насочени към повишаване на конкурентоспособността;
- насърчаване трансфера на фундаментални знания към степен за индустриална приложимост;
- стимулиране търсенето на технологични продукти и разработването на съответни технологични стандарти, модерни комуникации и технологична ориентация;
- подобряване технологичната основа чрез специфични знания в специализираните висши училища.

В национален план общото приложение на индустриалната политика се реализира в макро- и микроаспекти. Първите са свързани с регулативните механизми на държавата по отношение на стопанското развитие, участието на капиталовите пазари, изследванията и развитието, както и ефективността на други фактори, обуславящи ендегенно растежа в икономиката. Индустриалните политики на микроравнище са свързани с механизмите на конвергенция на обществените и индивидуалните възможности на отделните субекти, в случая на самите предприятия да усвояват определени капацитети в процеса на специализацията им. Впоследствие интегрирането на стопанските субекти на териториално и отраслово равнище допринася за мултиплициране на ефектите от провежданата стратегия.⁴

В рамките на общата индустриална стратегия на ЕС продължава процесът на адаптиране на националните форми на подпомагане към общата стратегия на структурните политики. Това в значителна степен е елемент и от фискалния федерализъм и допълняемостта като форми на съчетаване на

² Klotz, H. et. al. Die Strukturpolitik der EG. Kieler Studien, N 249, 152.

³ Documents, 10 08, Luxembourg, COM (93) 527, p. 30.

⁴ Bianchi, P. Industrial Strategy in an Open Economy. - In: Europe's Economic Challenge. Ed. By Bianchi P. et. al. London and New York, Routledge, 1994, p. 33.

подпомагането на национално и на равнище на Съюза. Общата стратегия на ЕС обаче е насочена към съчетаване на инструментите и механизмите на подпомагане в основните направления и най-проблемните области на европейската индустрия. Националните насоки на индустриално развитие се конкретизират в национално провежданите стратегии, които съчетават както преките форми на стимулиране - с отпускането на финансови ресурси, така и косвените мерки на подпомагане - главно фискалната и кредитната политика. Главното е, че преобладаващата част от средствата са ориентирани към повишаване на технологичното развитие на МСП като основен фактор за тяхното оцеляване и развитие. В това отношение политиката на държавно стимулиране е свързана със специфично насочване на дейности на държавни институции за развитието на сектора на МСП, създаване на предпоставки за използване възможностите на финансово-кредитната система, както и насърчаване участието на университетските структури в развитието на МСП.

Изборът на едни или други средства и механизми е свързан в значителна степен с националните проблеми и приоритети, поради което е трудно да се изведат общи за всички страни тенденции. Доминира обаче виждането за насърчаване на високотехнологичното развитие на МСП както за засилване на техните позиции, така и за успешното им сътрудничество с големите европейски компании. При това се съчетава непрекият подход с финансовото подпомагане, което се реализира в програми за:

- развитие на потенциала - главно по отношение квалификацията на персонала;
- засилване на сътрудничеството в областта на изследванията и създаване на мрежа от центрове за информация и консултации;
- създаването на технологично ориентирани предприятия.

Така представените насоки в значителна степен се допълват и от специфични мерки по отрасли и технологични направления. Интересът към тези процеси е важен за нашата страна и поради факта, че те представят опита, който ще се наложи да следваме в отношението си към МСП и възможностите за подпомагане на тяхното развитие. Поради това е необходимо да се изгради система за законодателна и институционална подкрепа чрез стимулиране системата на поддоставчици, изграждане на технологични съчетания, включване в експортната стратегия и подобряване възможностите за достъп до пазарите (главно по линия на качеството на продуктите и технологичното равнище). За целта е от голямо значение да се насърчава участието в проекти и програми на ЕС, особено в сътрудничеството между университетите и индустрията и работата с центровете за технологичен трансфер.⁵

Важен аспект на индустриалната политика е въздействието върху пространствената организация на производството. Регионалната определеност на разположението на индустрията е свързана с условията за дадения отрасъл и решаването на проблемите на конкурентоспособността.

⁵ Valls, J. Small firms facing globalisation and R & D activities. Lessons from case studies of Spanish small firms. - In: The Impact of Globalization on Europe's Firms and Industries. Ed. Marc Humbert, London, PINTER, 1996, p. 209.

Ето защо индустриалното развитие има пряко значение за изпълнението на конвергентните критерии на ЕС и регионалната интерпретация на макроикономическите показатели. Моделът за регионалното разположение на индустрията е свързан с по-високата ефективност и възможностите за реализация на допълнителни ефекти вследствие на по-ниски разходи. В процеса на интегрираност се засилва възможността за съгласуване на териториалното развитие в дългосрочен аспект, като се реализират допълнителни агломерационни икономии с оглед бъдещата индустриална стратегия. В сега съществуващите условия регионалните условия са все още значителен фактор за различната скорост на интегриране на определени региони в общото икономическо пространство.

Роля на МСП в регионалната политика се свързва и с насърчаването на мобилността в граничните райони, особено при решаването на проблемите на пазара на труда. Това обуславя необходимостта от създаване на местни условия за насърчаване на инвестициите, допълнени с финансови стимули. Създаването на регионални рисково капиталови фондове в този случай би могло да компенсира ограничените възможности за достъп до капиталовите пазари. Това трябва да се съчетава със съвместно функциониране на клоновете на банковата система и консултанските центрове за МСП, особено тези по линия на ЕС. Съчетаването на тези условия с дейността на структурните фондове на ЕС ще създаде предпоставки за решаване на структурните проблеми на изостаналите региони. На тази основа се насърчава и трансграничното сътрудничество, създаването на съвместни органи и предприемачески зони за интегрирано развитие на граничните региони.⁶ За целта се прилагат и технологични и иновационни програми в контекста на концепцията за еврорегионите, с които се преодоляват слабите места в общата регионална структура.

Динамиката в международното разделение на труда е фактор в локализацията на индустрията, а постигането на пространствено равновесие в контекста на интеграционната политика е определено в голяма степен от решенията за локализация. Засилването на информационната осигуреност за повишаване на конкурентоспособността и сътрудничеството между фирмите е основа за използване на въздействията от ЕС за компенсиране на отрицателните ефекти от ограничените национални условия за стимулиране на външноикономическите отношения, особено с третите страни. За тяхното разширяване ЕС ще развива допълнително информационното подпомагане за съседни региони като ЕАСТ, Магреб, Централна и Източна Европа.

В този случай е особено важно, че инициативите, пряко свързани с рамковите програми на ЕС, са насочени към повишаване възможностите за достъп до ЕВП. Пример в това отношение са програмите EUREKA и ESPRIT, в които МСП са съответно 44.2 и 27.4% от участващите.⁷ В рамките на европейските технологични програми са включени и около 2% от всички МСП, което наложи разработването и на допълнителни програми от типа на SPRINT за насърчаване на технологичния трансфер и като катализатор за

⁶ Documents, 10 08, Luxembourg, COM (93) 527, p. 36.

⁷ O'Doherty, D. P. Globalisation and performance of small firms within the smaller European economies. - In: The Impact of Globalization on Europe's Firms and Industries. Ed. Marc Humbert, London, PINTER, 1996, p. 149.

приобщаването на европейските МСП във високотехнологичните индустриални структури.

В същото време обаче институционалните промени и засилването на ролята на допълняемостта ще повишават ролята на националните и локалните власти, които да разработват механизми за улесняване "европеизацията" на МСП. Това е особено актуално в сектора на преработващата промишленост, където са най-големи възможностите за разширяване системата на поддоставчици.

За България е от съществено значение при разработването на стратегията към МСП да се отчита европейската ориентация по линия на насърчаване сътрудничеството с компании от ЕС и особено с МСП в програмите за технологичното им стимулиране. Това ще бъде свързано и със система на правни и институционални регламентации, както и със съчетаването на инструменти и стимули на национално и регионално равнище.

Изграждането на стратегия за насърчаването на МСП в контекста на производственото реструктуриране е от съществено значение за тяхната адаптивност към определени рискове в условията на отваряне на националната икономика. При това особено важно за вграждането в Единния вътрешен пазар на ЕС е да се обособят в специално направление фирмите, които са доказали че поддържат определена нишева стратегия.

- *На първо място* е от голямо значение при сегашното разположение на фирмите в определени региони на страната е да бъдат гъвкави по отношение използването на националните и местните сравнителни предимства, така че те да не предизвикват отрицателни последици върху ценовата им стратегия.
- *На второ място*, е скъсяването на жизнения цикъл на продуктите и неголемият обем, макар и високотехнологична продукция, което може да постави в неблагоприятни условия МСП във връзка с необходимостта от технологично обновяване и увеличаване на ресурсите, вложени за изследвания и развитие. Това може в значителна степен да се компенсира с разширяване на позицията в сходни продукти, но налага допълнителни дейности в областта на маркетинга.
- *На трето място*, е възможността за замяна на определени производствени фактори с други, особено по отношение измененията в търсенето на продукцията на фирмата и промяната в нейната стратегия на вече заетата пазарна ниша.

В тези условия съществено за европейската ориентация на МСП е разработването на система от мерки, които насърчават реализирането на предимствата им по отношение възможностите им за достъп на ЕВП – създаване на благоприятни условия за експорт, преките инвестиции и сътрудничеството с компании от други страни. Тук важна роля играе износът, зависещ в значителна степен от интензивните връзки с търговците на едро, които го правят по-ефективен с намаляването на разходите по него. Разгръщането на търговската активност води до привличането на преки инвестиции. Те създават възможност за поддържане на цените, по-добър контакт с местните пазари и потребителите, което е от особено значение в

определени региони, където могат да се реализират и допълнителни предимства. Те се съсредоточават главно в сътрудничеството по линия на рисковите капитали, консорциуми, поддоставчици, дългосрочни маркетингови съглашения, споразумения за производствена рационализация, технологично лицензиране.

В сегашния етап участието на МСП в производственото реструктуриране е детерминирано от недостига на финансови ресурси и слабата активност по линия на диверсификацията на тяхното производство в рамките на ограничения им пазар, както и подобряване на възможностите им за проникване в близки до основната им дейност отрасли. Това би помогнало за ориентирането им към региони, където съществуват предпоставки за използване на сравнителни предимства при развитието на тяхната конкурентоспособност на националния и на европейските пазари. Значителна възможност за това дават гъвкавостта им по отношение поведението на пазара, както и постигането на по-високи резултати, особено по отношение на икономите от мащаб и при организацията на самия производствен процес.

Естествено в условията на промяна и несигурна стопанска среда съществуват и определени рискове, които са свързани със съвместната дейност на МСП с големите компании. Това са както проблемите с лицензирането на продуктите и технологичното им равнище, така и определени трудности при внедряването на новите производства от гледна точка на намаляване печалбата при реструктурирането на производствения процес.

Съществено значение за повишаването възможностите МСП да се включат в процесите на реструктуриране на икономиката има съвместната им дейност в стратегията им към разширяване на дейността, особено при проникването на големи пазари, както и в изостаналите региони. Това е свързано както с основните направления в тази дейност, така и със създаването на институционални предпоставки за развитието им по линия на преодоляването на проблемите пред тяхното функциониране.

- *На първо място*, е взаимодействието между МСП при използването на определен лиценз или ноу-хау, предвид посочените ограничения при внедряването на високотехнологични продукти. Тук е особено важна съвместната работа с големите компании по отношение на маркетинга на продукта, както и взаимоотношенията между тях при реализирането на определените етапи на излизането на пазара.
- *На второ място*, е сътрудничеството в областта на иновационната дейност, главно при пълното използване на технологията, тъй като ограниченият размер на МСП в много случаи намалява ефекта от внедряваната технология. Това обуславя и необходимостта от сътрудничество в разпределяне на дейностите по продуктите иновации с оглед реализирането на синергичен ефект от дейността на МСП.
- *На трето място*, съществено е в рамките на реструктурирането на производствените дейности МСП да си сътрудничат в разработването и реализирането на обща стратегия не само в

производствения процес, но и спрямо определени пазари и региони. Това се свързва с намаляване на разходите за производствени фактори и използването на вече съществуващата индустриална среда и инфраструктура, особено по отношение на предимствата в отделни региони. Важен резултат от изграждането на обща стратегия е по-нататъшното развитие на синергичните ефекти както във връзка с общото използване на определена технология, така и при използването на ресурсите и предимствата от локализацията на производството.

Характерно за МСП е, че те са основна форма на индустриализиране на изостаналите региони. В условията на съществуваща значителна база от цехове и филиали на големи фирми би могло тя да се стимулира с оглед осигуряване на заетост и възстановяване на икономическата дейност в такива райони. Важен аспект на преструктурирането на местните икономики е създаване на условия за развитие на местните инициативи, като се предоставят облекчения за започващите бизнес, който да използва местните ресурси (материални и трудови) и да реализира продукцията си на национално и наднационално равнище.

Поради значителната териториална диференция на индустриалното развитие в България МСП ще представляват съществен фактор за индустриализирането на изостаналите региони, производственото им преструктуриране и съответно решаването на определени проблеми, особено по отношение на заетостта и доходите. Различията в предлагането на фактори на производството и предимствата, които съществуват в определените територии, дават възможност при изграждането на съвместни стратегии да се реализират и допълнителни външни икономии. Те са следствие от специализацията в определени дейности, производството на високотехнологична и нестандартна продукция, предлагането на работна сила с ниска цена и висока квалификация. Такива форми за регионално стимулиране на МСП са характерни както за развитите индустриални държави, така и за развиващите се страни. Прилагането на подобно териториално сътрудничество засилва гъвкавостта на МСП чрез сътрудничество на основата на технологични връзки, изследователска дейност и обмен на информация между тях за подобряване на позициите им при излизането на други пазари.

Териториалният трансфер на технологии като фактор за развитието на МСП има значение не само за подобряването на производствените им позиции, но при сътрудничество между тях дава възможност за ефективно съчетаване на фактори на производството и гъвкава субституция. Това е от особено значение за преодоляване на трудностите при внедряването на нови продукти и адаптацията на производствените условия, особено по отношение на квалификацията.

Ето защо разработването на обща стратегия по отношение на технологичното развитие дава възможност за изграждането и използването на обща информационна и техническа инфраструктура в рамките на определени териториални единици. Фактор за това биха били иницирираните от местните власти институции, които да съчетават дейностите на изследователски центрове, образователни и финансови институции, с оглед

съвместното повишаване на функционалните възможности на МСП. При това е от особено значение при разработването на стратегията на тези предприятия да се отчитат възможностите за междуетрасловото им развитие и участието им в изграждането и приложението на информационните технологии. Това е съществена предпоставка за технологични иновации между самите МСП в рамките на определената териториална единица, което би стимулирало този сектор при подкрепата на местните власти.

Тук важно място има и фактът, че по линия на Програма ФАР се предоставят съществени възможности за участието на МСП в развитието на изостаналите райони, в съвместните програми с ЕС за трансграничните райони, както и по линия на насърчаването на сътрудничеството между общини и местни власти от ЕС и асоциираните държави.

За развитието на МСП в България голямо значение има изграждането на структури, които да бъдат основа на икономическата и институционалната среда за стимулиране на тези фирми. Предвид неясната законодателна инициатива и административното реструктуриране, опитът на Европейските държави дава основание в такава структура да се съчетават следните аспекти:

- специфични и стимулиращи МСП дейности на държавните ведомства;
- заинтересуваност от участие на финансови институции;
- благоприятни условия и насърчаване на участието на университетски структури;
- ангажираност на браншови организации, стопански камари и други неправителствени организации в информационната осигуреност и подкрепа на МСП;
- нов подход към участието на местните власти в привличането и развитието на териториалното разполагане на МСП.

По такъв начин участието на МСП в индустриалното и териториалното реструктуриране ще реализира съществуващия национален и регионален потенциал при ефективна технологична насоченост. Изграждането на национална индустриална политика би дало стратегическите рамки, в които гъвкавостта на МСП и субституцията на производствените фактори ще стимулират развитието на този сектор на икономиката.

3. Възможности за използване на инструменти на търговска политика според изискванията на световната търговска организация

Създаването на Световната търговска организация (СТО) постави началото на изграждането на нова система от правила в международната търговия, в основата на които са съглашенията в рамките на ГАТТ. Ето защо отварянето на българската икономика ще бъде свързано с приемане на механизмите на търговската политика в рамките на СТО предвид присъединяването към нея от 1996 г. Това ще обуслови и промяна във външнотърговския режим, като за България е от особено значение да използва възможностите, които се предоставят. Наред с това правилата на СТО, които се прилагат към всички страни-членки, позволяват използването

на специфични форми на изменение съобразно състоянието и особеностите на дадена икономика. Това е от особено значение за възможностите за прилагане на определени механизми, като в нашата разработка ще се спрем само на онези, които позволяват адаптирането на икономика в преход и са структурирани по значение във връзка с протичащите процеси на отваряне на стопанствата им. От значение са и възможностите за подпомагане на тяхното приложение от МВФ в рамките на общите програми за реструктуриране. Друг аспект в тази насока е съчетаването на реструктурирането на икономиката с отварянето ѝ, което налага паралелност в адаптирането на външнотърговския режим с реструктурирането на експортната структура като отговор на протичащите в икономиката процеси и създаването на условия на защита на националните производители в рамките на правилата на СТО.

По отношение на вече прилаганите споразумения има възможност главно да се анализират следните търговски механизми: митнически оценки, използване на субсидии и реципрочни мерки, гаранции, антидъмпингови процедури, инвестиционни мерки, свързани с търговията, и мерки в търговията с услуги.

3.1. Митническа оценка

При осъществяването на адаптиране към правилата на СТО съществуват възможности за петгодишен преходен период, който да бъде свързан с реформа в експортната структура и разработването на технически правила, информационна система, квалификация на персонала. Той е свързан и с използването на техническа помощ от МВФ. При това страните в преход имат ограничени възможности за използване на инструменти като препоръчителните цени, и то само в случаите, когато не предизвикват обратни ефекти върху търговския партньор. Ето защо за страните в преход, които се присъединяват към СТО като индустриални държави (каквато е случаят и с България), използването на препоръчителни цени ще затрудни тяхното присъединяване към общите правила на търговията.

Митническите оценки имат защитен ефект върху адвалорните тарифи, които могат значително да се колебаят. Съгласно споразумението за прилагане на правилата на ГАТТ база за оценката е стойността на транзакцията, която е равна на стойността на продажбата при износ на същата стока, вкл. разходите по продажбата, опаковката и транспорта в зависимост от условията на доставка. В развиващите се страни прилагането на митническата оценка в такъв вид може да се съпътства от петгодишен гратисен период, но за държавите в преход като индустриални изискването е да прилагат съгласението още с приемането им. Техническата страна на въпроса е свързана с методическите различия, и то главно с използването на цена, която сега се плаща за стоката. Прилагането на официални оценки води до повишаването на определени цени и ги превръща автоматично в инструмент за защита. Поради това съществуващият сега механизъм поставя проблеми относно:

- задължителните административни рамки при прилагането на методиката за оценка, като се използват алтернативни методи и други правни регламентации;
- широкото използване на минимални цени, въпреки че страните имат задължението да променят системата за ценообразуване съобразно принципите и правилата на СТО, като минималните или препоръчителните цени могат да се поддържат за определен или преходен период, за да се избягнат негативни ефекти върху доходите;
- прилагането на доброволни минимални цени в условията на преход при определени случаи, когато се въвеждат правилата и се реформира митническата система.

Споразумението изисква страните да адаптират организационните и процедурните правила на прилагане на оценки съобразно изискванията, както и информация за сравнение на цените на стоки, идентични на вносните, и необходимото използване на фиксирани цени.⁸ По такъв начин се избягва недооценката при определяне на цените на вноса и съответното им определяне за митническата оценка.

Като цяло се приема, че при прилагането на процедурата за митническата оценка трябва да се имат предвид и другите споразумения на страната – главно по отношение на субсидиите и реципрочните мерки.

3.2. Субсидии

Използването на субсидии и реципрочни мерки се допуска в тригодишния преходен период за адаптиране на новоприемани страни към режима в останалите, което налага промени в правното регулиране. Основен елемент на подобна мярка са експортните субсидии, които според тези съглашения трябва да бъдат елиминирани в рамките на 7 години за страните в преход (като в определени случаи е възможно удължаване на този срок), тъй като могат да предизвикат прилагането на реципрочни мерки. Поради това наличието на експортни субсидии в рамките на СТО трябва да бъде намалявано, но не с реципрочни действия. Това се отнася и за прилагането на локални субсидии, както и за подобни мерки в рамките на приватизацията при икономиките в преход, за които също важи седемгодишният период на елиминиране (въпреки че за страни с БНП под 1000 дол. на човек от населението се позволява да поддържат експортни субсидии).

В споразуменията за субсидиите и реципрочните мерки се третираат основно субсидиите в стоките, но като принцип се приема, че субсидията е финансово допълнение от правителството или друга обществена институция и от това се постигат ползи. Субсидиите са основно три вида – запретиелни, действени и недействени.

Запретиелни субсидии се прилагат при стимулирането на експорта или при насърчаване използването на местни стоки вместо вносни.

⁸ В някои страни за селскостопанските продукти това е цената в ЕС по отношение на вноса на селскостопански продукти от Съюза (като се използва цената на производител), но прилагането ѝ може да предизвика затруднения, тъй като за страни в преход, които са индустриални, не може да се използва като цена на внос.

Действените се разпростират върху стоки, при които причиняват защитен ефект или са свързани с други подобни мерки. Във всеки случай тук става въпрос за прилагането на мерки с различна интензивност. Поради това поддържането на субсидии особено за местни индустрии, е в определена степен допустимо, докато не причинява обратни ефекти или се третират като ползи (като естествено се изключват субсидиите за селското стопанство).

Недействените или особените субсидии се използват при индустриални изследвания и предхождащи действия по отношение на конкуренцията във връзка с околната среда или с подпомагането на изостаналите региони, т.е. това са такъв тип субсидии, които не могат да предизвикат реципрочни или други предвидени в правилата на СТО мерки.

Действията срещу запретиелните или действените субсидии в условията на експорт, т.е. причиняващите противодействащ ефект, могат да се предприемат при условията, когато те са свързани с определена национална специфика, предприятия или индустрии, както и групи предприятия от индустрия. Такива действия включват многостранни противодействия главно с реципрочни мита, а в случай на доказано субсидиране те налагат съкращаване дела на тези стоки в експорта или намаляването му до минимум, докато не се намалят субсидиите.

При неспецифичните субсидии не се предвиждат мерки срещу тях, докато при специфичните - действени и запретиелни (особено при продажба на енергия на по-ниски цени на експортьори, валутни облекчения или преки намаления на данъците) се въвеждат реципрочни мерки.

Изключването на такива субсидии за страните в преход в много случаи се съпътства с промяната в търговските партньори и прехода към друга система на търговия. Могат да се обособят следните основни случаи:

а) При преходния период се предвижда прилагането на следните правила за изключване:

- индустриалните страни да премахнат запретиелните субсидии в тригодишен срок;
- при развиващите се страни все още съществуват, но заемат малък дял в търговията особено по отношение на експорта;
- ако БНП е под 1000 дол. на човек от населението, не се предприемат ограничения за субсидии, стимулиращи експорта;
- за другите развиващи се страни, които търгуват с продукти непревишаващи 3,25% от световната търговия, за две последователни години трябва да се премахнат;
- за икономиките в преход се предвижда 7-годишен период за привеждане на запретиелните субсидии към правилата на споразумението, като тук се допуска и възможността за съществуването на т.нар. извънредни обстоятелства.

б) При приватизация се приема използването на субсидиите за създаване на по-добри условия за купувачите на предприятия, а когато няма конкретни приватизационни ангажименти към дълговете на предприятията. Тогава те се третират в рамките на 7-годишния срок.

в) При заявяване на субсидии се представят различни аргументи за обявяване на субсидиите, дори когато те са запретиелни, като премахването им е включено в 8-годишен период. За страните в преход

се предвижда това да се извърши в практически най-близък, но покриващ се с преходния период – обикновено три години.

Общата теоретична постановка приема, че използването на субсидии се дължи на неблагоприятно разпределение на ресурсите, които значително утежняват разходите в различни сфери, като ги правят нереални. Наличието на диспропорции в националните пазари обаче в редица случаи може да предизвика използването на субсидии. Поради това и някои специфични субсидии могат да се насочат към намаляването на определени диспропорции, което не би противоречало на правилата на СТО, като спецификата им може да бъде свързана с определени проблеми на вътрешното функциониране на икономиката.

В редица случаи обаче използването на експортни субсидии от недоразвитите страни предизвиква ответната реакция, главно по линия на антидъмпинговите процедури или реципрочните мита. Това е следствие от:

- различните реакции по отношение на многостранната търговия в СТО;
- предпочитанията към определен търговски партньор;
- възможността да се противодейства на експортната субсидия с реципрочни мита, предизвикващи ефект не толкова за защита на местната индустрия, колкото за пречка пред чуждата;
- съществуващото мнение сред неразвитите страни, че подобен подход е въпрос на репутация, докато за индустриалните такава практика е изключение.

Друг значителен проблем е различието в третирането на развиващите се и преходните икономики от гледна точка на приватизационните субсидии. Такива субсидии са разрешени за първите, а не за страните в преход, поради което възниква въпросът за допълнителни преговори в третирането на тези държави. В редица случаи дори определена продуктова специализация в развиващите се страни се дължи в голяма степен на използването на субсидии, които обаче е трудно да се отделят от сравнителните предимства, определящи експортните позиции на дадения продукт. Това в значима степен се отнася за енергийния елемент, тъй като съществуват различия при формирането на енергийните цени, особено практиката при акцизите за потреблението на течните горива или режима в ЕС.

При използването на различни инструменти в обща програма за насърчаването на експорта на страните в преход, премахването на експортните субсидии в тях се компенсира от данъчни облекчения за инвестициите в експортноориентираните отрасли и благоприятна амортизационна и кредитна политика. Дори третирането на подобни инструменти като експортни субсидии в рамките на споразуменията в СТО могат да бъдат договорени с основните търговски партньори от гледна точка на "близката практическа дата".

3.3. Гаранции

Използването на гаранции е свързано преди всичко с доброволните ограничения на износа за временна защита, особено по отношение влошаване разпределението на ресурсите. Тази мярка беше премахната от

1.01.1999 г. Гаранциите се прилагат при правилата на СТО като изключителна клауза, включваща мерки за временно гарантиране, което е сходно с доброволното ограничаване на износа. Съгласно споразумението страната може да прилага защитни мерки към определен продукт при две условия:

- когато вносът на продукта се разширява относително и абсолютно;
- когато такъв внос, съчетан със задължението на страните-членки на СТО, нанася сериозни увреждания на вътрешната индустрия, произвеждаща същия продукт.

Определянето на състоянието, в което могат да се използват гаранции, е свързано с прилагането на тарифни и количествени ограничения, но в по-пазарни отношения се прилагат споразумения за доброволно ограничаване на износа, а в случаите на определяне на нови области (каквито според нас могат да бъдат отварянето на икономиката към нови пазари или договарянето на определени нови позиции) може да се използва правилото за "сива зона", като се изисква представяне на продуктите пред комитета. В критични ситуации могат да се използват тарифни ограничения, но не повече от 200 дни. Гаранционните действия, включващи такива действия, не могат да бъдат по-дълги от 4 години с възможност за удължаване до 8 при продължаване на сериозните вреди. Прилагането на такива мерки обаче изисква засегнатата страна да получи компенсация под формата на търговска концесия, както и защитни мерки по всяко време при относително увеличаване на вноса.

Преференциално третиране и изключения се допускат за страните в преход, когато те са се определили като развиващи се (Румъния), докато за индустриалните държави (например Полша) ще трябва да се изпълнява 4-годишният период. Въпреки че такива мерки се прилагат, за отбелязване е фактът, че гаранциите включват компенсационни (или възмездяващи) мерки.

В нормативната основа на прилагането на защитните клаузи проблем представляват следните аспекти:

- интерпретирането на понятието сериозни вреди в контекста на разширяването на вноса абсолютно или относително;
- въздействието на доброволните ограничения, които най-често са въпрос на договаряне;
- правната регламентация на количествените ограничения - те могат да бъдат и недискриминационни, но при условие, че страната-вносител разпредели квотата между другите вносители. В този случай тя може да използва принципа на модулиране на квотата по отношение на страни, чийто внос нараства в значително по-големи размери. По-стриктно определяне на критериите и процедурите на определяне на вредите, от гледна точка на това, което представлява обществен интерес.

В същото време използването на гаранциите представлява втората след количествените ограничения с рестриктивен ефект ограничителна по време мярка.

3.4. Антидъмпингови процедури

Антидъмпинговите процедури имат важно значение за защита в условията на реструктуриране на икономиката. За тази цел е необходимо страните да имат разработено законодателство, когато става въпрос за приложението на такива мерки. За използването на правилата за антидъмпинг трябва да се определи процедурата за определяне на дъмпинг. Най-общо може да се твърди, че такъв съществува, когато цената на изнасяния от една страна в друга продукт е по-ниска от нейната "нормална стойност", което означава, че

- е по-ниска от сравнителната цена, постигната в търговия, и особено в случаите, когато износната цена е по-ниска от вътрешната;
- и в случая, когато липсва вътрешна цена, се приема тази, която е постигната в трета страна, или когато разходите за продукцията се определят от тези за производство в страната и за продажба и печалба.

Първоначалните анализи на дъмпинга сочат, че той е насочен предимно към местната индустрия, което предизвиква и противодействие, главно под формата на мита, които не могат да се въвеждат 60 дни преди установяването му. При това страната трябва да публикува информация и обяснение за прилаганото противодействие и неговата степен - определяне, предварително и окончателно определяне, въведени предварителни и окончателни мерки. В допълнение споразумението предвижда и формата на тяхното намаляване в следващите 5 години освен в случаите, когато митата ще продължават да предпазват от дъмпинг. Преференциално третиране се допуска за развиващите се страни при ситуации, които могат да се включат в рамките на споразумението, но то трябва да се предхожда от съответни мерки.

Досегашното прилагане на такива мерки в страните от ОИСР се свързва главно с чувствителните стоки – химикали, метали, текстил, битова електроника и машиностроене. В сегашните условия процесите на либерализация въвеждат допълнителна регламентация на прилагането на такава политика. Това изисква уточняване:

1. на правилата, при които няма да бъдат засегнати ценовите условия на конкуренцията в случаите, когато местните фирми биха могли да бъдат изхвърлени от националните пазари;
2. кога дъмпингът има временен (цикличен) характер и антидъмпинговите процедури се базират на краткосрочни ефекти на разпределението на ресурсите. В много от случаите, както показва практиката, тази процедура продължава и повече години;
3. на условията, при които антидъмпинговите процедури са като предпазна мярка при либерализацията на търговията. Поради това при формулирането на икономическата политика трябва да се разбере дали става въпрос за икономически ефективна политика, или е налице случаят на изключителна клауза съгласно чл.19 на ГАТТ, когато антидъмпинговите процедури заместват практически гаранциите в по-голяма степен. Страната, която ги прилага, се

нуждае от време за адаптиране към новата ситуация и компенсиране на другите страни-членки, повлияни от мерките, както и когато антидъмпингът е насочен срещу нелоялната конкуренция.

Прилагането на антидъмпинговите процедури е в значителна степен променено от това, че те вече не са част само на интересите на производителите, а в тях се включват и интересите на потребителите. В редица случаи практиката на прилагането на антидъмпингови процедури се замества от доброволно ограничение на вноса.

В тези случаи установяването на материалните загуби и причинната връзка с прилаганите търговски механизми е свързано с редица технически проблеми, например определяне обема на дъмпинговия внос и влиянието на дъмпинговите цени върху вътрешния пазар, както и последващото въздействие на такива продукти върху местните производители (поради трудността да се определи какво е местен производител обикновено се използва група от фирми, които произвеждат повече от 50% от продукта). При антидъмпинговите процедури реципрочни мита могат да се прилагат само срещу третиранията в споразумението субсидии и реципрочни мерки.

Един от съществените проблеми при прилагането на тези мерки е разработването на съответно законодателство, което да ги третира съобразно изискванията на СТО. Подобни правни норми в страните от Централна и Източна Европа са разработени в Румъния и са в процес на разработване в Чехия, Унгария и Полша. Важността на разработването на тези мерки произтича от факта, че при отсъствието им те на практика прилагат тарифни ограничения и експортни субсидии. Ето защо антидъмпинговото законодателство на практика е алтернатива на протекционистичните мерки. В периода на адаптиране на националните регулации към изискванията на СТО е от особено значение засилването на ролята на властите в областта на конкуренцията, въвеждането на 5-годишен период за намаляване на протекционистичните мерки, прилагането на митнически правила, които са в съответствие с изискванията на СТО, както и замяната на импортните рестрикции с антидъмпингови мита, които значително повишават ефектите за самата икономика.

3.5. Инвестиционни мерки, свързани с търговията

Прилагането на тези мерки се прави с оглед премахването им през бъдещи периоди и тъй като страните в преход са със статут на индустриални държави, те трябва да премахнат съществуващите такива в двегодишен период (за слаборазвитите – 7; за другите развиващи се 5).

За разширяване на износа и засилване на растежа от особено значение са преките чуждестранни инвестиции. Наред с традиционните мерки за стимулирането им по отношение на търговията със стоки могат да се обособят и следните инвестиционни мерки:⁹

- изисквания съобразно местната специфика - продажба или използване на продукти от страната и местни ресурси;

⁹ Buchs, T. Selected WTO Rules and Some Implications for Fund Policy Advice. IMF Working paper, March 1996, p. 43.

- изисквания за търговска балансираност - ограничени възможности за използване на вносни продукти и балансирането им с местни, ограничения за износ на продукти от гледна точка на обема на местното производство и за внос на продукти по отношение на количеството на местните износители;
- изисквания за ограничения на внос на продукти за определени предприятия, свързани с общия баланс на търговията с тези продукти.

Разработването на нормативната уредба и дефинирането по отношение на страната-членка трябва да се осъществи в двегодишен период за индустриалните държави, без да се предвижда специален режим за страните в преход. Поради това и прилагането на тези мерки е свързано както със страната, в която се осъществява търговската дейност - по отношение на местните условия, така и с държавата вносител по отношение на условията на търговия, използването на субсидии и други специфични регламентации. При прилагането на тези мерки е от голямо значение съчетаването на тези изисквания с данъчните регулации, свързани със стимулирането на преките чуждестранни инвестиции. По-особеното в случая е, че все още в някои европейски държави се използват ограничения по отношение на определени продукти, но те са приели срокове за постепенното им намаляване, което важи и за редица засилени преференции за чуждестранните инвеститори в част от страните в преход (Полша и Румъния).

4.6. Специфични регламенти за търговията с услуги

Тяхната либерализация е свързана с прилаганите правила на конкуренция, антимонополно законодателство, данъчни режими, кодекс на труда и приватизационни програми. Главна област на адаптиране са ограниченията във връзка с трансакции, влияещи върху състоянието на платежния баланс и контрола върху движението на капиталите. В тези случаи се допуска прилагането на ограничения при сериозни проблеми с платежния баланс и външни финансови проблеми.

С оглед избягването на тези отрицателни явления се прилагат следните ограничения:

- на броя на стопанските субекти, които предлагат финансови услуги;
- на обема на трансакциите или активите;
- на дела на финансовите услуги в структурата на производството и потреблението;
- на достъпа в националния пазар или по отношение на чуждестранни инвеститори – главно като държатели на акции в определени финансови институции.

Прилагането на тези ограничения обаче трябва да се осъществява в контекста на националната специфика на пазара на услуги, както и състоянието на платежния баланс. В същото време трябва да се имат предвид специфичните изисквания по отношение на разплащанията и трансферите и изискванията в случая на прилагането на режима на най-облагодетелствана нация в търговията.

Предвид факта, че страните-членки могат да използват определени рестрикции в търговията с услуги в случаите на сериозни проблеми с платежния баланс или други финансови трудности (например значителен външен дълг), тези мерки са в значителна степен свързани с дейността на международните финансови институции (главно МВФ). В същото време либерализацията и отварянето на икономиката дават възможност те да се съчетават със стимулиране на структурните изменения в икономиката. За тази цел се използват следните регулации:

- адаптиране на правните механизми на търговия с определени услуги - главно в областта на телекомуникациите и транспорта;
- структуриране на търговията с услугите и даване на преференции на определени финансови услуги при ангажиране с последващата им либерализация;
- регулации, свързани с достъпа до пазара на фактори на производството, данъчното и антимонополното законодателство;
- създаване на регламентации по отношение на капиталовите потоци и трансграничните капиталови трансакции.

Поради тясната връзка между финансовите услуги, състоянието на платежните баланси и дейността на МВФ СТО допуска разработването на механизми за въздействие при решаването на определени проблеми, особено във връзка с допълнителните мерки за подобряване на икономическото състояние на страните-членки, с което да се облекчат условията на търговия.

Присъединяването на България към Световната търговска организация в контекста на така представените механизми и регулации изисква особено структуриране на приоритетите за адаптиране на механизмите на националното законодателство и търговската практика към приетите в организацията. Това е още по-значимо поради факта, че тези регулации са приети в Европейския съюз и това ще трябва да се съчетава и с вече приетите мерки в Споразумението за асоцииране.

Наред с това обаче трябва да се имат предвид както задълженията за спазване на търговския режим, регламентиран от СТО, така и възможностите за използване на приетите преходни периоди за по-безболезнено реструктуриране, в контекста на националните приоритети. Може да се забележи, че в редица случаи страни в по-добро състояние от това на България имат статута на развиващи се, от което произтича и по-облекчен адаптационен период и използване на редица инструменти. Фактът, че страните в преход от Централна и Източна Европа (с изключение на Румъния) се третират като индустриални, изисква по-ускорени периоди на адаптиране (някои от сроковете в България са отдавна минали), което ще наложи и по-бързото им приспособяване за по-ефективно отваряне на техните икономики.

*

Процесите на приобщаването на България към ЕС ще бъдат повлияни в значителна степен от възможностите за адаптиране на индустриалната структура към предизвикателствата на ЕВП в рамките на

Предприсъединителната стратегия. За да се повиши адаптивността на стопанските субекти, е необходимо разработването на институционална рамка за реализирането на секторна политика, при особената подкрепа на МСП, особено за технологично реструктуриране. Индустриалното развитие в процеса на отварянето на икономиката ще бъде повлияно от възможностите на България да прилага ефективно инструментите на СТО при реструктурирането на икономиката, както и за стимулиране на международната конкурентоспособност на националните предприятия.

ПРОЦЕСЪТ НА ФИРМЕНОТО МАРКЕТИНГОВО РАЗВИТИЕ В БЪЛГАРИЯ

Основна цел на прехода е създаването на пазарно-ориентирана фирма. В студията са разглеждани проблемите на маркетинзирането на българските бизнесорганизации. Изследвано е тяхното маркетингово развитие. За да се обхване по-пълно този процес, първо се тълкуват взаимосвързаните понятия маркетингово развитие, маркетингова сила и маркетингова институция. След опита за обособяване на етапите на бизнесорганизационното маркетинзиране са анализирани фирми, намиращи се на различни етапи. Изследвана е степента на маркетинзиране на основата на проучени 442 фирми. Отделено е внимание на двигателите на бизнесорганизационното и на маркетинговото развитие – маркетинговите специалисти и на техния пазар. Направени са изводи за процеса на бизнесорганизационно маркетинзиране.

1. Очертания на модела на фирменото маркетингово развитие

През последното десетилетие във вече развитите (пазарно-насочвани и пазарно тласкани) фирми маркетингът беше подложен на натиск. От една страна, това беше предизвикано от трансформирането на околната бизнессреда, което доведе много фирми до драстични действия като окастряне (аеродинамизиране), намаляване на управленските равнища и до реинженеринг на ключови бизнеспроцеси. Пазарно-тласканите организации² се сблъскат с нарастваща информационна интензивност, която предизвиква: по-къси и по-непредвидими продуктови жизнени цикли; изместване на силата (властта) от производителя (предложителя) към потребителя (купувача); ангажиране в разнообразни и много на брой, и по-малко формални съюзи; по-голяма насоченост към коопериране, отколкото към конкуриране³.

В развитите икономики корпорациите след бума на маркетинга през 70-те и през 80-те години "заспаха" върху стари лаври. Както развитите бизнесорганизации на XX век еволюираха в рамките на класическите си йерархични структури, по такъв начин се разви и техният маркетинг. Времето доказа, че класическите йерархии вече не са жизнени в турбулентната глобална околна среда. Пазарното и технологичното развитие постепенно изтласкаха маркетингът на заден план, за сметка на други функции. Достигна се до криза на маркетинга, като някои от причините се сочат, от една страна, разпокъсаността и изолираността на тази функция – истинските стратегически решения, които определят конкурентните предимства, продуктовото

¹ Никола Янков – доц. д-р в СА "Д. А. Ценов" – Свищов.

² Използваме понятията фирми, организации (бизнесорганизации) като идентични.

³ Pattinsson, H., L. Brown. Methamorphosis in marketplace - paths to new industries in the emerging electronic marketing environment - *Irish marketing review*, 1996, vol. 9, p. 62.

обновяване, тоталното качество, услугите и структурата на разходите се контролират извън тази функция. От друга страна, "правещите" маркетинг (маркетърите) не са достатъчно приспособени към новия тип конкуренция, която не се води между отделни производители, а между пазарни (бизнес) мрежи. Те трябва да работят много по-тясно с другите членове на дистрибуторските канали и с крайните потребители. Поради необръщане на достатъчно внимание на маркетинга, стратегиите за организационно развитие не се изграждат върху солидна маркетингова основа, а оттук предприемания реинженеринг губи посоката си, превръща се само в технически и в рационализиращ разходите процес. Не на последно място е обстоятелството, че маркетинговите специалисти в много бизнесорганизации се третират като арогантни и отчуждени, намирайки се нито близо до своите колеги, нито близо до потребителя.

Посочените слабости водят да преосмисляне на маркетинговата функция на фирмата, до превръщането на маркетинга (преформулираната маркетингова парадигма) в стратегически фактор за реализиране на органичната концепция за организационното развитие. Философията на новия тип фирмен маркетинг, независимо от специфичните му белези, е приобщаване на всички към маркетинговите ценности на фирмата. Като част от споменатите промени той става обект на радикални изменения – например, намаляване на заетите в тази функция, реструктуриране на нейните дейности. Р. Маккена отбелязва, че модерният маркетинг не е фирмена функция, а начин за правене на бизнес и следователно трябва да е всепроникващ, да бъде част от длъжностната характеристика на всеки - от портiera до управителния съвет на фирмата.⁴ Или в организацията концепцията за маркетинговата функции като строго локализирана, извършвана само от непосредствено натоварени с чисто маркетингови функции силно се размива, заменя се с концепцията за вграждане в различни дейности и процеси.

Вземането на решения за маркетингово развитие е следствие от отчитане на обективните тенденции, обхващащо комплексни и взаимосвързани промени в маркетинговата функция, дейности и институция. Целта на това развитие е формиране на маркетингово водени (пазарно-насочвани и в последствие пазарно тласкани) бизнесорганизации. Създаването на тласкана (движена) от пазара фирма означава насочеността към потребителя (потребителския фокус) да обхваща всички равнища; организацията непрекъснато се развива (както е и в живота), развитието да не е изключение; лидерството да се практикува чрез пълно разбиране, а чрез менторство, овластяване и желание за намеса само когато е необходимо⁵. Функция на новия фирмен маркетинг е разработването на виждания, идеи, схеми на стратегии за бъдещо по-силно пазарно присъствие (и лидерство), с установяване на конкурентните пазарни предимства и на конкурентоустойчивост.

⁴ McKenna, R. Marketing is Everything - *Harvard Business Review*, Vol. 6, No. 9, 1991, p. 59 - 69.

⁵ Day, G. What does it mean to be market-driven - *Business Strategy Review*, Spring 1998, p. 1.

Стратегическите проблеми на маркетинговото развитие в България за следващото десетилетие са свързани със създаването на маркетинговата институция и като следствие – нарастване силата на фирмата.

Маркетинговото развитие ще зависи от: типа на бизнесмрежата, обслужваща маркетинга, която е обект на трансформиране или ще има нужда от маркетингова институция с обособен профил; това какви ключови маркетингови функции (компетенции) се очакват да изпълнява (или трябва да изпълнява маркетинговата институция). Това развитие е факт след като бъде разбрана ролята на маркетинга за фирмата, след превръщането му в осъзнат инструмент за нейното стратегиране и планиране. При вземането на решения за такова развитие възникват проблеми като: какъв е баланс на силите **“ЗА”** и **“ПРОТИВ”** него; какви да бъдат дълбочината и мащаба му; какъв тип маркетингово развитие на фирмата е необходимо и др.

Смятаме, че в условията на преход от централизирана към реална пазарна икономика могат да се обособят няколко типа маркетингово развитие: **I тип** – Създаване на външните и вътрешните структури и предпоставки за цялостно и аспектино развитие на фирмата, превръщането ѝ в реално пазарно функционираща. **II тип** - Оптимизиране на вече създадените структури, повишаване чрез срастване (синергетизъм) и натрупан опит на маркетинговата и пазарната сила на фирмата (и на нейната мрежа)⁶, което е обусловено от, и което обуславя фирмения прогрес. **III тип** – Търсене на съвършенство в осъществяване на маркетинговите дейности, балансирано използване на създадената маркетингова сила, на нейното целенасочено увеличаване.

Обекти и субекти на маркетинговото развитие в близка перспектива са проектиране и създаване маркетинговата институция на фирмата и/или на нейното развитие – ако тя вече е изградена; а в далечна перспектива – създаване на маркетинговата сила като съчетание от институции, ресурси и потенциали на фирмената мрежа.

Една възможна описана траектория на фирменото маркетингово развитие е отразена в табл. 1.

Таблица 1

ОТ	КЪМ	ДО
“Някак си да успеем” – сключване на договори за изпълнение на поръчки и търсене на нови договори	Страст за маркетингово съвършенство , но усилията в тази насока да са ориентирани не само към самата фирма, към нейните маркетингови структури и институция, но и към създаване на потребителски потенциал с развитие на маркетинговата сила на фирмата	Страст за потребителя, комбиниран с търсене на балансиран интереси с потребителската мрежа чрез целенасочва усилията, създава маркетинга на диалога; на маркетинг едно към една (1:1), развиване процесите на кустомизиране и др.

⁶ В изложението правим разлика между разглеждане на фирмата като мрежи и на фирмената мрежа. Последната разглеждаме като комплекс от заинтересувани групи и системи и лица извън фирмата, които са свързани с нея синергетически.

Траекторията на МкР е свързана и обословена от тази на цялостното фирмено развитие. Двете траектории са в основата на стратегически модел за управление на фирменото трансформиране.

Много организации, волно или неволно ограничават извършването на процеса на маркетингово развитие. Големите организации имат страх от промени и много техни управляващи се чувстват или заплашени от промените, или са некомпетентни да управляват променени или изцяло нови системи и процеси (маркетингов и др.). Проблемът на реалното маркетингово развитие е и липсата на съответни умения и по-специално на умение, което Дж. Дей нарича "пазарно усещане"⁷. Обхватът на решенията за комплексно маркетингово развитие включва (и следва да включва): Маркетинговата фирмена мрежа; Маркетинговата институция; Маркетинговия процес като цяло и на отделни стратегически миксове и субмиксове; Увеличаването на марковия капитал (brand equity) като се има предвид, че здравите и установените марки на фирмата са неин ценен актив.

Маркетинговото развитие води и до осмисляне и прилагане на концепцията за вътрешен (в големите фирми) пазар. Според тази концепция всяка бизнесединица в организацията, както и всяка технологична фаза се разглеждат като вътрешен пазар и потребителят може да бъде, както се изразява Ишикава, всеки следващ процес, всяка следваща система, всеки следващ индивид.⁸ Тази концепция се развива с идеята за балансиране между външен (водещ) и вътрешен (чиято функция е да повишава тоталното качество) пазар. В този смисъл МкР може да върви в и посоката: развитие на *вътрешния маркетинг* - към ангажираните в фирмата; развитие на *външния маркетинг* - към комплексната пазарна система (пазарите на фирмата - тилов и реализационен).

В процеса на концептуализиране и реализиране на МкР еволюират подхода към маркетинга и той се разглежда не само като **функция**, а и като **процес**. В този дух стратегическото мислене извършва (или следва да извърши) преход, който да следи траекторията: **от** стратегическата концепция за еднаквото третиране на бизнесорганизационните функции **към** концепцията, че маркетинговата функция е водеща (проактивния маркетинг определя бъдещите пазари, позиции, цели на фирми) **до** концепцията, че маркетингова функция се среща с другите функции в мрежа на функциите. Създаването и поддържането на последната води до получаване на синергетични ефекти. Маркетинговата функция се "разгръща" в фирмата, прониква в другите ѝ функции, не се концентрира само в един отдел. Самият маркетингов отдел има определена роля в области като: комуникиране с потребителя; пазарни изследвания и анализи; участва в създаване на нови продукти; ценообразуване и конкурентни стратегии.

Маркетинговото развитие се свързва с въвеждане на концепциите за: нишев маркетинг, маркетинг на бази данни, микромаркетинг, маркетинг на диалога, масовата кустомизация. В новата ситуация те не трябва бъдат третирани като несвързани концепции, а като части от цялостен процес, който

⁷ Achrol, R., P. Kotler, Marketing in the Network Economy – *Journal of Marketing*, Vol 63, Special issue 1999, p. 147. Това е способността да се разберат потребителите, да се поддържат постоянно подобряващи се взаимоотношения между тях и фирмите.

⁸ Balle, M. The business process re-engineering. Kogan page, 1995, p. 44..

в края на краищата трансформира фирмата. С този насочван като цяло процес се осигурява най-доброто задоволяване на потребителските уникални нужди и желания, а това води до печалба за фирмата.⁹

Идеята за трансформирането ("реинженеринга") на маркетинговата функция на фирмата (като насока за маркетингово развитие) дойде след като се постави въпроса доколко тя е ефективна в този си вид. Оказа се, че в много фирми маркетингът е изолиран, че ножицата (изразена като липса на връзки) между маркетингови дейности и фирмени постижения е широко разтворена. Във водещи проактивни организации се направиха констатации, че маркетинговата функция трябва да се преизобрети¹⁰.

Маркетинговото развитие е комплексно когато обхваща следните измерения: 1. Опознаване на пазара (пазарите), на който (които) фирмата оперира (има намерения да оперира). 2. Учене от пазара, възприемане на ново отношение към ученето¹¹; да създава пазарната и маркетинговата си сила. 3. Работа за укрепване на създадените партньорски връзки с пазара. 4. Концептуализиране на процеса на маркетингизация на фирмата.

Основно средство за маркетингово развитие е концептуализирането и реализирането на процеса на фирмена маркетингизация¹². Маркетингизацията е ключов процес, който създава, поддържа и развива маркетинговата мрежа, мислене и действия в фирмената мрежа. Маркетинизирането на последната е глобален проблем, той е основа на развитата пазарна икономика.

Основен концептуален проблем в извършването на процеса маркетингизация е балансирането между обективно дадени крайности - на единия полюс се намира тезата на Ф. Хайек, че пазарната икономика не е продукт на обмислен план, и че пазарите не са само сложни и объркани, но и не са честни. Успехът не е непременно присъщ на тези, които са работили най-здраво и най-усърдно¹³. Ние споделяме тезата, че противопоставянето на това обективно явление е умелото комбиниране на ресурсите, т.е. постигане на синергетични ефекти от маркетинговата (и пазарната) сила на фирмата и на нейната мрежа. В този смисъл тя се нуждае от постоянно поддържан процес на маркетингизация. Той или създава нейната маркетингова институция (ако все още тя липсва), или я поддържа в оперативно състояние (ако вече е налице).

Целта на процеса на маркетингизация е постигане на реална, гъвкава маркетингизация на структури, на функции, на мрежи, на институции и на хора; избягване на имитационната маркетингизация, маркетингизацията на всяка цена (другите правят така, и ние ще го правим), на маркетингизация, подчинена на ретромениджърска концепция. Ценна е маркетингизацията, основана на философията "пазарът определя и решава". Именно тя създава маркетинговата сила на фирмената мрежа.

За вземане на решения за управлявано насочване на процеса **маркетингизация на фирмените мрежи** е необходимо да се анализира

⁹ European Journal of marketing, 1997, 11, p. 881.

¹⁰ Brady, T., I. Davis. Marketing's Mid-Life Crisis. The McKinsey Quarterly, 1993, N 2.

¹¹ Има се предвид концепцията за "учещата се организация".

¹² Вж.: Янков, Н. Процесът на маркетингизация в България: Стратегия и насочване. Юбилеен Алманах на СА "Д. А. Ценов". т. 4, 1996, 101 - 126.

¹³ Hayek, F. The fatal Conceit. 1988. 45-80..

отношението и връзката между него и процеса на макромаркетингизация. Последният създава условия за нормалното функциониране на обособени пазари и пазарни мрежи. Развитието на общия европейски пазар във времето създаде условия за по-настъпателна и разширяваща се интеграция на много западноевропейски страни, за формиране на интегрален европейския пазарен, социален, екологически, културен и отбранителен съюз.

Съвременните фирми в България, ако си поставят за цел да влязат в XXI век като еврофирми (европроизводители) трябва да преминат етапите: **Предмаркетингизационен етап; Етап на маркетингизиране с няколко вълни¹⁴; Следмаркетингизационно развитие (маркетингово развитие).**

При проследяване еволюцията на производствени системи под влияние на съзнателно насочвания процес на тяхното маркетингизиране може да се очертаят определени техни етапи (състояния). Първият (началото на маркетингизирането) е допазарна, полупазарна производствена система. Вторият етап е пазарно ориентираща се, с определена степен на правилно "разгадаване" и реагиране на пазарни сигнали фирма. Трети етап - насочване към пазарно тласкана бизнессистема. Четвърти етап – създаване на структури и способност да организира процеси като кустомизация¹⁵ и пъргавост, с които е готова да реагира на всякакви външни сигнали и предизвикателства; да използва маркетинговата си сила за устойчиво развитие. Стратегически императив е формирането на проактивни (иновативни) бизнесорганизации. Чрез процеса маркетингизация те овладяват предприемачески дух, изпреварващо предвиждат влиянието на различни външни и вътрешни сили и своевременно реагират на промените.

Предпоставка за целенасочване на процеса маркетингизация е създаването и след това развитието на маркетинговата институция и маркетинговата сфера на фирмата. Това е продължителен процес, в който се включват като етапи както предмаркетингизацията, така и самия процес на маркетингизация и ремаркетингизация, диктувана от спецификата на постмодерното общество.

Във фирмената мрежа обектът на маркетингизация хоризонтален план (по веригата на създаване на стойността) може да се представи със следния визуален модел – схема 1:

Специфични и ценни резултати от процеса на маркетингизиране на фирмения мениджмънт са:

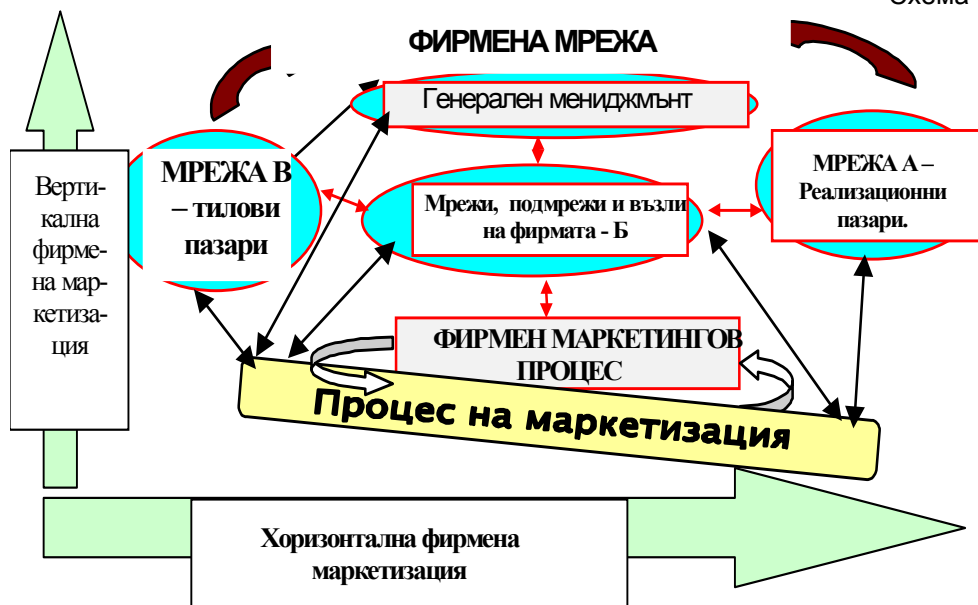
- Създаването на **маркетингова институция**, която да обхваща всички дейности във фирмата и извън нея, които имат отношение към пазарите.
- Развитието на маркетинговия мениджмънт, чийто обект на въздействие да бъдат както маркетинговата институция, така и реализационните и тиловите (осигурителните) пазари на фирмата; стимулиране вземането на решения и предлагане на добри маркетингови идеи; периодичното ангажиране с процедурата по

¹⁴ Янков, Н. Процесът на маркетингизация в България: Стратегия и насочване. Юбилеен Алманах на СА "Д. А. Ценов". т. 4, 1996.

¹⁵ "Правенето" на по-фина сегментация или с достигането на най-малката единица на маркетинговия сегмент е много по-успешно, ако се следва кустомизиращата концепция.

формулиране на маркетингови стратегии; разработването на маркетингови планове и др. Основен проблем на маркетинга на фирмите е позицията *“Знае се какво е маркетинг, но не умее да се прави”*.

Схема 1



Маркетинговото развитие чрез маркетингизацията на проактивната фирма е постоянно протичащо действие. То следва различни траектории, които зависят от това дали процеса се оставя на случайността или се насочва с качествен маркетингов мениджмънт; дали се извършва развитие и/или поддържане създадените маркетингови структури.

2. Стратегическата концепция за създаване и за развитие фирмената маркетингова сила

В процеса на маркетингизиране фирмата стига до момент от своето развитие, в което маркетингът се превръща в стратегическата сила. На свой ред той създава маркетинговата сила на фирмата и поддържащите я подсистеми и институции. Ние разглеждаме концепцията за маркетинговата сила като интегрираща, като основа на бизнесорганизационно развитие, което променя в положителна посока съвкупния фирмен потенциал. Фирмената и маркетинговата сила се препокриват, но заедно с това се отнасят както общото към частното.

Фирмите и техните маркетингови дейности не могат да оцелеят ако не променят модела на маркетинга, ако не променят ресурсите си в съответствие и не се вземат предвид маркетинговите и другите ресурсни конфигурации на конкурентите си. Ресурсите, които днешният мениджмънт смята за стратегически, са външни и вътрешни – потребителя, консултиращите по пазарни проблеми организации и обхвата и качеството на

маркетинговия микс. Те не са се променяли в последните петдесет години. Конвенционалният мениджмънт продължава да поставя акцентите върху същите ресурси. Една фирма не може да успее, ако не създаде и не подкрепя, не развива в баланс и равновесие в маркетинговата сила. Всички бизнесорганизации търгуват ресурсите си (и/или техните комбинации) на пазара.¹⁶ Фирмите не успяват да постигнат оптималното поради ограничените си възможности да синхронизират ресурсите си (мрежите и в частност маркетинговите мрежи като комплексни ресурси) и да постигнат синергетични ефекти от тяхното комбиниране.

Маркетинговото предизвикателство е да се намерят ресурсови съчетания (конфигурации), които да помогнат на фирмата да успее на сегашните и на бъдещите си пазари. Фирмите трябва да се предвижат до точка, в която да сравняват стратегическите си ресурси си с тези на конкурентите. Бизнесстратегията произтича от комбинирането (съчетаването) на ресурсите, а не от тяхното разглеждане поотделно. Предизвикателство пред маркетинга е да се намерят ресурсови съчетания (конфигурации), които да помогнат на фирмата да успее на пазарите си. Пазарният успех е резултат от създаване на стратегия за използване на стратегическите фирмени ресурси (физически, човешки, финансови, нематериални, маркетингови и др.). При линейния (и подчинен на принципа "разделяй и владей") подход глобалния и маркетинговия мениджмънтът достигаше всяка отделна цел по различен начин. Самите цели бяха несвързани, алтернативни, обособени (например постигане, запазване, поддържане, увеличаване на определен пазарен дял; максимизиране на печалбата; диверсифициране на риска; осигуряване на дивиденди на акционерите и т.н. Линейният подход разделяше маркетинговите ресурси, те се разглеждаха поотделно и спрямо тях се вземаха сепаративни решения. Нелинейният (системно-мрежовият) подход разглежда маркетинговата институция и мрежа цялостно, взема системни решения и създава цялостни стратегии. От негова перспектива смисълът на съществуването (*raison d'être*) на фирмата, целта на нейното маркетинизиране е постигане, поддържане и развиване в положителна посока на маркетинговата сила. С други думи проспективният фирмен мениджмънт трябва да осигури развитието на дългосрочна маркетингова сила.

Ако фирмата стратегически организира ресурсите (силите) си, ще успее. Или бизнесстратегизирането не е умението да се отделят тези "сили", да им се направят отделни стратегии, а да се интегрират, т.е. да се използва отново принципът "стратегирай, интегрирай и владей (*stratega, integra et empera*)" вместо "разделяй и владей (*devide et empera*)". Важен момент е да се намери балансираната ресурсова конфигурация, която да доведе до пазарен успех.

Организирането на процеса маркетинизиране с цел създаване, поддържане и развитие на маркетинговата сила на фирмата е реакция на други фирми, които също съзнателно се насочват към пазара, създават специализирани маркетингови структури. Сами по себе си маркетинговите отдели не са единствените средства (и то винаги успешни) на пренасочването на организацията към пазарите. Други (и следващи по логика и по

¹⁶ Вж: Morris, M. D. Needs and wants of market power. — A Market power institute publication, 1998.

ценност) средства са интегрирани концепции като тази за създаване и за нарастване на маркетинговата сила на фирмата. Не фрагментарният и линеен подход (разделяй и владей) – и оттам на непропорционалното използване на маркетингови ресурси (структури), - а тяхното синергетично комбиниране (използване) чрез различни конфигурации - реализират принципа “интегрирай и насочвай (стратегирай)”.

Маркетинговата сила на фирмата е компонент на фирмената сила. Последната е системна концепция, при изследването (структурирането) на която се установява че е обобщение на различни типове сили и мрежи – например, маркетингова сила + производствена сила + сила да се осъществяват трансформации + силата да устоява на кризи и др. Добре управлявани, те водят до получаване на синергетични ефекти.

Концепцията за нарастване на фирмената сила се основава на принципа “интегрирай и насочвай (стратегирай)”, преодолява класическия подход, който използва традиционния стратегически анализ по обособени потенциали, като материален, трудов, финансов, информационен и други и се основава на принципа “разделяй и владей”. Фирмената сила като цяло представлява сума от човешкия (и интелектуалния) + структурния + маркетинговия + потребителския капитали. Освен тях тя обхваща и други типове потенциал (сили) като например *усвоителен*; (способността да пренася и полезно да използва новости в производството и управлението). Освен това фирмената сила включва: *потенциал за организиране на потенциалите*; (способността на мениджърите и плановиците-стратегии да насочват съвкупния потенциал на фирмата към потребни на оцеляването и развитието на организацията цели и да ги достигат ефективно); *футуристичен* (способността да предвиждат бъдещи ходове на конкурентите, изменения в стратегическите за фирмата елементи на обкръжаващата я среда; да разполагат с резерви като фондове - инвестиционен; идеи; проекти; спечелени подкрепящи системи); *потенциал за анализиране* (способността на мениджърите да превръщат цифрите и данните в информация за различни равнища; в диагноза на ситуацията; в проблеми, на които да се търсят решения); *творчески* (способността на стратегите, мениджърите и специалистите да използват принципите и методите на иноватиката и творчеството за подобряване на фирмената мрежа); *реактивен* (способността на органите и структурите на фирмата да отговарят на предизвикателствата на околната среда; да реагират гъвкаво и скоростно на определени пазарни и други заплахи, команди, поръчки, потребности на социални групи и на системата цялото общество).

Концепцията за фирмената сила поставя акцент върху т.нар. “хибриден капитал”. Той, заедно със финансовия и дълготрайните активи, включва:

1. Човешкият капитал (знания, умения и компетенции на хората в една организация (със стратегически компонент интелектуален капитал) – например компетентни мениджъри; стратегии и др.

2. Структурният капитал – с каква бизнесструктура се разлага и има ли тя способността да реагира, да притежава свойството гъвкавост. Това е комбинацията от структури, процеси, информационни системи, патенти (т.е. всичко, което остава във фирмата, когато работещите в нея я напуснат).

3. Маркетинговият капитал – маркетинговата институция и със стратегически компонент - потребителския капитал – потребителската база на фирмата. Той обхваща различни маркетингови ресурси от които зависи правенето на качествен, успешен, проспективен маркетинг – маркетингово ноу-хау, маркетингова институция, интранет, екстранет и т.н.; човешки ресурси – професионалисти, мениджъри, хора, определени като лидери; квалифицирани изпълнители и др. Един негов стратегически компонент е потребителския капитал - ценността на организационните връзки с потребителите. Тук се включва лоялността на потребителя към фирмата и (или) към нейния продукт (продукти), която се основава на репутацията и на доброто качество на продукти и услуги

За да извлечат това, което Д. Морис нарича “получаване на богатство от потребителите”, фирмите трябва да развиват маркетинговата си сила. Тя се разглежда като умението да се използва пряко маркетинговия капитал. Тази сила е съвкупност от отделни бизнесорганизационни ресурси, капитали, потенциали, тил, предпоставка, фактор за нейното проявяване. Тя е комбинация от външни и вътрешни ресурси на фирмата (фирмената мрежа), на умелото управление на нейното функциониране и развитие.

Маркетинговата сила, от една страна, произтича от качеството на фирмената мрежа, а от друга е предпоставка за бъдещето ѝ поддържане и развитие. Всички тези типове капитал, добре управлявани (комбинирани) могат да доведат до нарастване на производителността и до създаване на стойност.

Или маркетинговата сила на свой ред е слагано от компоненти като: покупателна сила на фирмата (уменията за проучване на ресурсите пазари и на снабдяването с ресурси, уменията да се доставя) + пазарната ѝ сила (нейния потребителския потенциал; пазарните позиции + Продажбената сила (ресурсите и уменията да се реализира) + уменията за организиране дейността на маркетинговата институция (формата) и на маркетинговия процес (самата маркетингова сила). Разгледана от друг ракурс маркетинговата сила е слагано между създаващи се (създадени) фирмена маркетингова институция и пазарен потенциал¹⁷ (пазарна сила). Външните ресурси са потребителите, консултативни организации и др. От трета страна маркетинговата сила е интегратор на мрежи (пазарни и обслужващи ги). Тя представлява способността фирмената мрежа да осъществява пазарен растеж, да има най-малко средни и много високи позиции на пазарите, на които оперира, да уважава ценността “маркетинг на партньорството” и да цели въвеждането и практикуването на тази форма на маркетинга, да има свръхгъвкави и пъргави структури (на разположение, “спящи”), които да реагират на индивидуални и групови потребителски нужди.

За да се тълкува по-пълно маркетинговата сила, тя може да се характеризира със следните определители: способността за използване на маркетинговите ресурси за преодоляване конкуренцията на целевите пазари; способността (уменията) за комбиниране на маркетинговите ресурси и на

¹⁷ В изследване пазарният потенциал се разглежда като функция от пазарния капацитет; икономическите условия, условията за дистрибуция, промоционалните условия - Ю. Узунова, Г. Петрова. Маркетингови трансформации в бизнеспромените. Свищов, библ. “Стопански свят”, 1999, № 37, с. 75.

целия маркетингов потенциал на фирмата и на бизнесмрежата; управление на различните конфигурации на маркетинговите ресурси (потенциал) - да се променят ресурсите, като обаче се поддържа постоянен маркетинговия процес; способността да се прилагат комбинирано стратегическите ресурси на фирмата - маркетингови, човешки, физически, "неуловими" и финансови за получаване на стратегически пазарни предимства, за поддържане на подсистемата "фирма –потребител"; покритостта (присъствието) на фирмените настоящи и бъдещи пазари и на и качество на действията върху тях; способност и степен на реагиране (гъвкавост) на пазарите; способността за блокиране конкуренцията на определени (целеви) пазари; използване на киберпространството (електронната – Е-търговия и електронния маркетинг - Е-маркетинг) за достигане до потребителите; извършване на паралелни действия в реалното пазарни пространство и киберпазарното пространство.

Маркетинговата сила може да се "захранва" и от убеждението, че ако фирмата е отговорна към своите потребители, те съвместно могат да просперират, да бъдат взаимно щастливи. Това произтича от ценностите на европейската цивилизация, т.е. крайната цел на обществото е да се осигурява човешко щастие.

За осмисляне на маркетинговата сила, могат да се използват пакет от модели. Някои от тях са:

1. Модел за сравнителен анализ на маркетинговата сила на фирмата с тази на конкурентите.

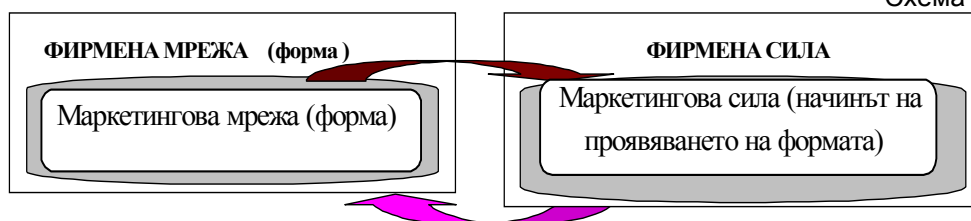
2. Модел на представяне на взаимодействията създаване и развитие на основните съставни на маркетинга - неговата мрежа (формата) и неговата сила (процеса на действие, на проявяване на формата) – схема 2.

3. Моделът на тношението "пазарна сила – пазарен потенциал". За представяне на различни конфигурации и ситуации използваме графика 1.

4. Модел за обхващане на факторите, които следва да се оценят, или които следва да са налице при вземането на решения за развитието на маркетинговата сила). Неговата конфигурация е отразена в схема 3.

Маркетинговата сила се влияе от качеството на фирмения хардуер, софтуер, букуер, оргуер, уъркуер и др.

Схема 2



Графика 1

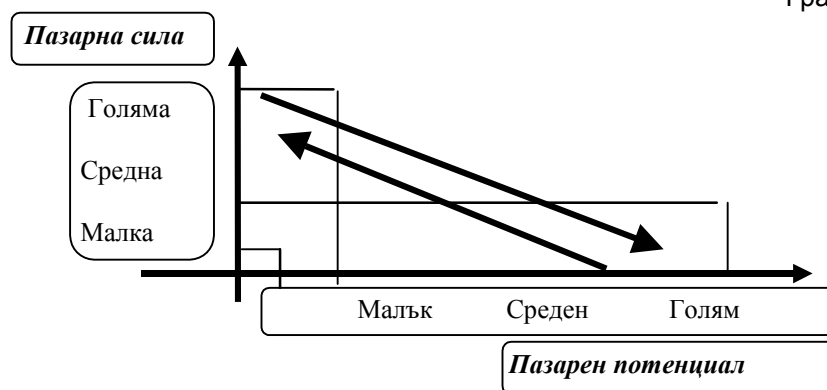


Схема 3



Освен от тези фактори, маркетинговата сила се влияе от степента на потребителска ориентация и цялостната организационна пазарна насоченост, от степента на извършване на междуфункционална координация във фирмата (маркетингов отдел, производствен отдел; развитие на продукти; пласмент и др.); от ориентирането към конкурентите и от много други фактори. Като основен компонент на маркетинга, пазарната сила на фирмата трябва да отчита и да се съобразява със силата на потребителя, който ще става все по-силен – финансово, интелектуално, със формиране на общества и съобщества. Тяхната сила нараства след като те от начинаещи в Е-търговия и постепенно или скоково се превръщат в специалисти (експерти) в този тип взаимоотношения.

3. Стратегирание създаването и развитието на фирмената маркетингова институция

Процесът на маркетингизация насочва (стратегира) развитието на маркетинговата функция на фирмата. Нейното извършване изисква да се разработи концепция за маркетинговата институция на фирмата (МИБО) - едно от задължителните измерения на бизнесорганизационното трансформиране - и за начина по който тя трябва да управлява неговото развитие. На свой ред тя е необходимо да разработи философията на преход от традиционния маркетинг и маркетингови структури към модерен и постмодерен маркетинг. Развитието на маркетинга е свързано с решаване на различни и дори противоположни по характер проблеми. Някои от тях зависят от характеристиките на една фирма. Такива са: институционализиране или деинституционализиране на фирмения маркетинг; реинженеринг на маркетинговия мениджмънт и на маркетинговата институция на фирмата.

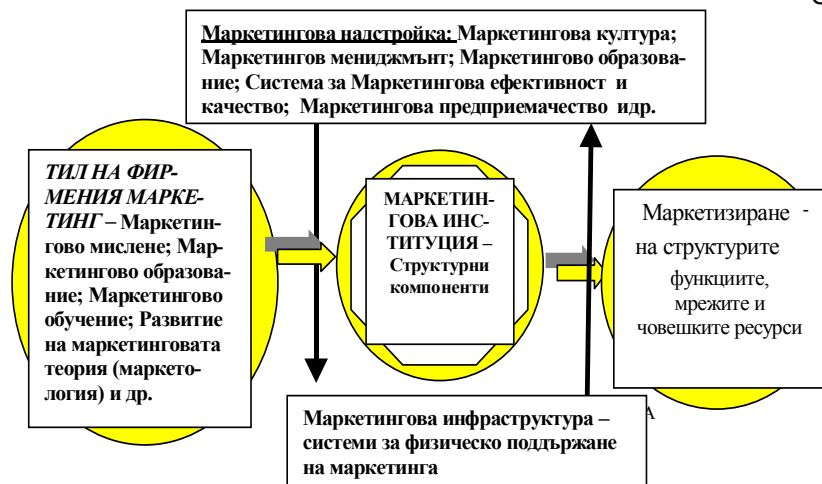
За поддържане на постоянна пазарна насоченост трябва да се решат следните основни проблеми на нарастването на фирмената маркетингова сила: 1. Стратегирание процеса на създаване (съчетаване) на маркетинговата сила. 2. Идентифициране на маркетинговите ресурси (потенциал), който поддържа маркетинговата сила. 3. Експлоатиране и постоянно положително развитие на създадената маркетингова сила. Цялостният функционално-структурен модел на маркетинговата институция е преустановен – схема 4.

Стратегическото маркетингизиране на фирмата цели създаване, поддържане и развитие на нейната маркетингова мрежа. На първия етап от този процес маркетинговата функция може да се институционализира. Във времето маркетинговата институция се разтваря, формира възли, прониква в други фирмени функции, превръща се в една от насложените мрежи, които като цяло формират тъканта на фирмената мрежа.

Концепцията за създаването и развитието на маркетинговата институция е свързана с нейното проектиране (в случаи, в които маркетингът не е институционализиран); с вземане на конкретни решения за всеки един от нейните инвариантни и вариантни компоненти (в случаи, в които той е институционализиран). От това каква ще бъде маркетинговата философия, парадигма, мрежа, цел; какъв маркетингов процес ще се осъществява, се определя как да се създаде маркетинговата институция и с какви вариантни компоненти.

Някои от възможните по-общи и по-специфични въпроси, които следва да се решат в процеса на концептуализирането и проектирането на непроменящите се компоненти на маркетинговата институция на фирмата са: 1. Кои (органи, лица, стратегически центрове) определят целите на маркетинговата институция. 2. Какви конкретни маркетингови дейности ще се извършват и с каква периодичност и последователност. 3. Какви документи за управление на маркетинговата функция да се разработват – например маркетингови анализи и прогнози; маркетингови стратегии; маркетингов план; маркетингов бюджет; маркетингова оперативна документация и др. 4. Какви да бъдат профилите на маркетингови специалисти. 5. Как да се информатизира маркетинговата институция и маркетинговата мрежа и др.

Схема 4



Създаването на маркетингова институция се основава на принципи, по-важните от които са: да извършва съвместна работа с другите сфери на дейност в организационната бизнесмрежа; да е гъвкава и да осъществява различен маркетингов процес в зависимост от конкретните изисквания на пазара и др.

Маркетинговата функция може да бъде институционализирана - организирана в отдел (специализиран маркетингов орган на фирмата); или да бъде разпръсната в рамките на фирмата, да се извършва от различни функционални отдели.

4. Изследване процеса на маркетингизация на българските фирми

4.1. Цел и обект на изследването

Основна цел на изследването е установяване степента на развитие на процеса на фирмена маркетингизация; обособяването на негови основни етапи (вълни). В тази насока са публикувани изследвания, които засягат отделни аспекти на маркетинговото развитие,¹⁸ но те не са обхванали организационно-мениджърските моменти.

¹⁸ Някои от тези разработки са: 1. Общо изследване за промени във функционирането на 135 български фирми за периода 1993 – 1995г., в което се вижда, че 1% от тях са изменили подхода си по отношение на удовлетворяването на външните /вътрешните потребители. Узунова, Ю., Г. Петрова. Маркетингови трансформации в бизнеспромените. Свищов, библи. "Стопански свят", 1999, № 37, с. 11.; 2. Изследване на маркетинговия подход в 1080 фирми, направено през 1994 г. В него процент на отговаряне на въпросите 17.4 и получени 526 отговора, използване за правене на изводи. Последните засягат важността на определени маркетингови дейности за маркетинговите мениджъри и на тяхната позиция спрямо ролята на маркетинга. Интересно е да се установи, че в началото на преходния период (1992-1994 г.) най-много от анкетираните са считали маркетинга за дейност, която: а) подкрепя продажбите (47.4% от анкетираните; б) стимулира продажбата на продукти и услуги (36.9%); в) осъществява връзки с потребителите и др. (Marinov, M., T. Cox. Marketing approaches in Bulgaria – *European Journal of Marketing* N 11-12, 1995, 34 – 37).

Анализът на маркетингово-мениджърското развитие на фирмата цели да установи какви са неговите действия и постижения в миналото; каква институция е създадена, каква основа е поставена, как може да се продължи градежа на качествения маркетинг; какви са свръхстратегическите и стратегическите концепции, действия и конкретни ходове за постигане на основната цел – **ПАЗАРНО НАСОЧВАНА И ПАЗАРНО ТЛАСКАНА ФИРМА С УСТОЙЧИВА МАРКЕТИНГОВА СИЛА.**

За установяване на състоянието, възможните траектории за развитие на процеса маркетингизация в българските бизнесорганизации в предприятието изследване по-конкретно обект на интерес е: процесът на фирмена маркетингизация; маркетинговата институция на фирмата; пазарът на специалисти по маркетинг; влиянието на процеса маркетингизация на фирмата върху процеса на цялостно бизнесорганизационно развитие. За целта са използвани методи на проучване на пазарното търсене на специалисти по маркетинг, анкетен метод и др.

Поради специфичността на изследвания предмет, проучването се базира на първични данни, набирани чрез метода на пряко персонално допитване. Бяха обработени 442 документа от 17 административни области.¹⁹ Обект на проучването са фирми на територията на Република България за периода 1998 - 1999г. Част от данните са обработени чрез дескриптивна статистика, а групирането на фирмите става по метода на клъстърния анализ. Основни акценти на проучването е даване отговор на следните въпроси: създадени ли са във фирмите маркетингови отдели като предпоставка за извършване на маркетинговата функция; какви маркетингови дейности се развиват в изследваните български бизнесорганизации; как те са разпределени между маркетинговите специалисти; какви типове са управляващите маркетинга в българските бизнесорганизации; колко организации използват титул "маркетингов мениджър (директор)"; оценяване маркетинговата култура на фирмата от гледна точка на развитостта на маркетинговата функция; кое определя мащаба на маркетинговия отдел в фирмата – нейната големина, предметът ѝ на дейност; собствеността и т.н; отношението маркетингов отдел (отдел пласмент) и отдел планиране.

4.2. Анализ на фирмените маркетингови институции

Критериите, които бяха избрани, обхващат основни разновидности на маркетинговата функция (институция), обединени в следните групи:

Схема 5

Продуктово звено: Продуктов жизнен цикъл; Продуктови иновации; Формиране свойства на продукта; други.	Институция на маркетинговия мениджър
Ценово звено: ценова политика; ценообразуване; други.	Маркетъри: с образование, съвместимо с функцията, която изпълняват.
Звено комуникации - връзки с обществеността; стимулиране на продажбите; реклама и промоция; регистрация в чужбина; др.	Звено дистрибуция – канали за разпределение
Звено финанси: рекламен бюджет; бюджет за маркетингови изследвания; разпределение на средствата по звена; други	

¹⁹ Проучените по брой фирми са от следните административни области: Видинска – 2; Бургаска – 5; Благоевградска – 3; Великотърновска – 49; Варненска – 7; Врачанска – 4; Добричка – 11; Габровска – 9; Кюстендилска – 3; Кърджалийска – 1; Монтана – 8; Ловешка – 3; Пазарджишка – 5; Пернишка – 1; Плевенска – 48; Пловдивска – 12.

Идеята на тази матрица е да се начертае контура на организиран отдел, и с тази рамка да бъде сравнена ситуацията във всяка отделна фирма.

Структурата на изследваните бизнесорганизации от гледна точка на отраслова принадлежност е следната: Химическа промишленост - 6.99 %; Машиностроене - 11.53 %; Строителство - 4.95 %; Хранително-вкусова промишленост - 16.04 %; Лека промишленост - 22.63 %; Други отрасли на преработващата промишленост - 20.98 %; Селско стопанство - 4.12 %; Търговия - 8.64 %; Услуги - 4.12 %. От гледна точка на основните пазари, на които работят, и от които се интересуват фирмите, картината е следната: Работа предимно на регионални пазари – 175 (64%); Работят предимно на вътрешния пазар – 179 (65 %); Работят преобладаващо на вътрешния индустриален пазар – 151 (55.1 %); Работят преобладаващо на вътрешния потребителски пазар – 162 (61.68 %); Работят на международните пазари²⁰ – 140 (51 %).

Беше направен опит да се формират оценки на база посочените критерии за степен на развитост на маркетинговия отдел. Изработена беше тристепенна скала за оценяване със следните степени: **Първа степен** - фирми с маркетингов отдел, които нямат нужните специалисти (6,99% от общо изследваните. **Втора степен** - фирми с недоразвит маркетингов отдел, липсва някое от посочените по-горе звена – 13.98 %. **Трета степен** - фирми с добре развити отдели - 10.49 %. **Четвърта степен** - без маркетингови отдели (но в някои от тях - в процес на създаване) – 68.54 %.

Групирането на изследваните фирми по показателя “брой на заети” е следното: до 20 души – 18.08 %; 21 – 50 – 14.96 %; 51 – 100 – 15.69 %; над 101 – 49.27 %. След изучаване на предоставените данни се установи, че в 38.2 % от 442 изследвани бизнесорганизации функционира обособен маркетингов отдел (звено, институция)²¹. Проучените фирми обаче все още не са достигнали кулминационната точка на маркетинговото си развитие. Едва в 10,49% от тях функционира добре развита маркетингова институция, покриваща смятаните за основни компоненти на съвременния маркетинг, която има развита маркетингова структура - цели; маркетингови специалисти и разработва маркетингови документи. Отделите, които се занимават с маркетинг, но не са обозначени като маркетингови са 34.31 %²². Тяхната структура е показана в таблица 2.

²⁰ Най-много от тях са ориентирани към Германия, Турция, Русия, Испания, Италия, Украйна, Гърция, Македония, Франция, Нидерландия, Великобритания и др.

²¹ В изследване, направено за 523 български бизнесорганизации през 1993 г. се сочи, че 26.4% от отговорилите са посочили, че имат маркетингов отдел – Marinov, M., T. Cox. Marketing approaches in Bulgaria. – *European Journal of Marketing* # 11-12, 1995, 34 – 40.

²² Съществуват и парадокси: например 49 фирми, които нямат обособен маркетингов отдел разполагат със специалисти по маркетинг с висше образование и обратно 15 фирми, които имат отдели ,разполагат със специалисти, имащи средно образование. Друг парадокс е, че при съпоставката на степента на развитост и наличието на специалисти става ясно , че в 12 фирми с отлично развити отдели (според критерия) не разполагат с маркетингови специалисти и обратно.

Таблица 2

Наименование на отдела и/или на лицата, натоварени с маркетингови функции	Процент
Търговски отдел	5.6
Пласмент	12.6
Продажби	4.7
Маркетинг и продажби	3.7
Други отдели: Планиране, Снабдяване; Външни връзки; Анализи и прогнози; технически отдел; направление икономическо; управленски отдел; счетоводство и др. Маркетинговите дейности се извършват от холдинга, към който се причислява фирмата	3.0
Лица, натоварени с маркетингови функции - директор (изпълнителен директор или заместник директор) – 19; гл.счетоводител – 7; отговарящ за човешките ресурси – 3	5.5
Няма отдел	24.4
Непосочили звено за маркетинг	40.5

Конкретен или приблизителен брой на специалистите по маркетинг, работещи в дадена фирма, е посочен в 40% от анкетите. В 69.1 % от фирмите с маркетингов отдел средния брой на заетите в тези отдели варира между двама до пет души. В 12 % от тях е посочен броят на ръководителите на маркетингови или изпълняващи маркетингови функции. В други 12% е дадена информацията относно съществуването на такъв (или подобен) отдел (подобни отдели), но данни за броя на специалистите не фигурират. Тук е необходимо да се уточни съдържанието на понятието “маркетингов специалист”. Не винаги във фирмите длъжностите натоварени с маркетингови функции се свързват с понятието маркетинг. По субективна преценка в установяване броя на маркетинговите специалисти, работещи в една фирма, са взети под внимание и длъжности, които осъществяват маркетингови дейности, но не фигурират официално като такива. Групирането на фирмите спрямо броя на специалистите по маркетинг, ангажирани в техните маркетингови отдели има конфигурация отразена в таблица 3.

Таблица 3

Бизнесорганизации, посочили броя на заетите в маркетинговия си отдел	Брой на специалистите, заети с маркетингови дейности в маркетинговия си отдел										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Над 10
Брой общо - 148 ²³	10	37	27	17	20	5	4	5	5	5	10
Процент	6.8	25.3	18.2	11.5	13.5	3.4	2.7	3.4	3.4	3.4	6.8

4.3. Анализ на маркетингови дейности, които се извършват във фирмите

Фирмените отдели, които преобладаващо извършват маркетингова дейност са: 1. Маркетинг (в 38.20 % от общо изследваните); 2. Реклама (в 12.50 %); 3. Планиране (в 7.74 %); 4. Пласмент (в 30.10 %); 5. Логистика (в 10(71 %); 6. Технологичен (в смисъл че изпълнява дейности свързани с маркетинговите иновации, а не пряко с производство) - в 4.17 %; Нямат отдели – 13-69 %

²³ Двадесет и една фирми не са посочили броя на заетите в маркетинговия си отдел.

С цел обработката на получената информация относно проучените фирми беше приета следната схема за кодиране на данните за дейности свързани с маркетинга, а именно - 1. Проучване; 2. Пласмент; 3. Реклама; 4. Продуктово обновяване; 5. Маркетингов мениджмънт; 6. Връзки с обществеността; 7. Снабдяване; 8. Планиране. 9. Стратегически маркетинг (в смисъл работа по бъдещи пазари и продукти). Като цяло тези дейности се извършват от фирмени специалисти както в маркетинговия отдел, така и в други отдели, или от външни специалисти и консултанти.

Дейността "проучване" на пазара не се извършва в 41% от фирмите. В останалите 59% тази дейност се изпълнява от следните отдели: 1. Маркетинг - 77%; 2.Пласмент - 17%; 3. От външни специалисти - 2%; 4. Реклама - 1%; 5. Планиране - 1%; 6. Логистика - 1%. Характерно е, че само в една от фирмите дейността проучване се изпълнява от отдел "Реклама" и в нея има обособен отдел "Маркетинг". В останалите фирми дейността се изпълнява от други отдели. Дейността "пласмент" не е посочена, че се извършва в 11% от фирмите. В 73,61% от фирмите не извършват дейността "връзки с обществеността".

По отношение на дейността "планиране" (вкл. и маркетингово) е посочено, че не се извършва в 83,93% от фирмите.

Най-често маркетинговите отдели поемат дейностите пласмент – 89%; реклама – 65,48% и проучване на пазарите – от 59%. Като най-подценени са дейностите продуктово обновяване – 15,48%; планиране – 16,07%; връзки с обществеността – 26,39%.

Важни документи на маркетинга са маркетинговият план и рекламният бюджет. Маркетингов план се разработва в 17,2% от анкетираните фирми. Задача на изследването беше да се установи използва ли се рекламен бюджет и ако да, какъв е неговия размер? Въз основа на получената информация, извлечена от първичните документи се установи, че само 16% от фирмите са дали отговор на зададения въпрос относно величината на рекламния бюджет - при половината от тях е посочен в конкретен размер; или като процент от стокооборота. Над половината от проучените фирми не разработват такъв документ. Около 35% от тях отказват да предоставят информация за рекламния бюджет, но твърдят, че такъв се разработва. Като се вземе предвид, че информацията е твърде оскъдна и неточна, може да се направи извода, че малка част от фирмите разработват рекламен бюджет. Причините трябва да се търсят както в липсата на традиции, опит, умение и специалисти, така и в ниската маркетингова култура на лицата организиращи тази дейност. Много често разчети не се правят, а се извършват хаотични рекламни разходи.

В българските фирми се наблюдава разделянето на функциите на маркетинговите специалисти както по пазари, така и по произвеждани продукти. Типична за функциониращия маркетингов отдел е йерархичната организация - където определен брой маркетингови специалисти са подчинени на (маркетингов) мениджър. Това са предимно фирми с обособено организационна структура и голям мащаб на производството. От изследваните обекти 24,65% извършват само някои от основните дейности в маркетинга. Факт е, че при тях маркетингова структура има, но тя тепърва започва да се развива и ще се доказва. Дейността ѝ се локализира предимно

във разгласата и проучването на общото състояние на целевия пазар. Тези структурни единици са в развиваща се фаза, но вече е осъзната двустранната връзка “потребител-производител” в маркетинговата дейност.

4.4. Изследване създаването, рекрутирането и развитието на маркетинговите специалисти

Развитието на маркетинга и воденето на все по-качествен маркетингов процес зависи от наличието на специалисти по маркетинг и от институционализирането и съзнателното извършване на маркетинговия процес. Комплексният проблем на маркетинга е подготвяне на специалисти за пазарната икономика и специално по маркетинг. В перспектива този процес ще доведе до достигане до критериите за членство в Европейския съюз, а именно “съществуване на действаща пазарна икономика и способност за справяне с конкурентния натиск и пазарните сили в него”.

Специалистите по маркетинг са нова специалност, длъжност, отговорност. Резултатите от изследване отделни техни типове показваха, че фирмите могат да бъдат класифицирани в няколко групи: 1. Имат създаден маркетингов отдел с различни по характер дейности и разполагат със реални специалисти по маркетинг. 2. Няма маркетингов отдел, но разполагат със реални специалисти по маркетинг. 3. Без отдели по маркетинг и без нужните специалисти.

В организациите са се оформили няколко основни типа маркетинга: 1. Специалист по маркетинг на продуктите. 2. Специалист по отделни маркетингови миксове и дейности (той работи в областта на пазарните проучвания, рекламата, стимулирането на продажбите и обслужването на клиентите). 3. Специалист по работа с пазари - национален и международен пазар; специализирани - индустриален пазар, аграрен пазар, потребителски пазар. 4. Специалист по нововъзникващи пазари, който се занимава с изучаването на пазарите на бъдещето. От вътрешните маркетинга фирмите са ангажирали специалисти по маркетинг на продуктите, по отделни маркетингови миксове и дейности, по пазари (а в някои от тях – конкретно по нововъзникващи пазари). От външните по отношение на фирмата специалисти най-често се използват индустриален и рекламен агент, търговски пътник; стоково-бурсови брокери, посредници между продавачи и купувачи, дилъри и др.

Основа на модерния и постмодерния маркетинг дава системата на специализираното образование. В 37,06% от бизнесорганизациите има специалисти с висше образование по маркетинг. Образователното равнище очертава следните ситуации: първа – специалистите по маркетинг имат висше специализирано маркетингово образование (валидно за 24,48% от изследваните фирми; втора – специалисти с висше икономическо образование, но които не са със специалност “Маркетинг” (15,38%), трета – маркетинговите функции се изпълняват от лица със средно или висше техническо образование – 23,48 %; четвърта - без специалисти по маркетинг – 30,60 %. Една част от специалистите се “доставят” чрез рекрутиране от пазара, а друга се “отглеждат” във фирмата. Стремение на фирмите с добра мениджърска култура, с мениджърски стил е да разчитат основно на пазара на специалисти, което в развитите страни е честа практика. Интензивността

на търсенето е предпоставка в следващ етап от фирмената трансформация да развие процеса на маркетинизиране на техните структури, да се формира критическа маса от маркетингови специалисти, които да започнат да играят активна роля в маркетинговия процес. Като цяло, те ще решават проблема за качествено фирмено развитие, за поддържане на тяхната конкурентоустойчивост, за развитието на стратегическото пазарно мислене, в процеса на създаване на обтекаеми бизнесформации за посрещане предизвикателството на XXI век.

За установяване на търсенето на пазара на специалисти – подсистема “Пазар на специалисти по маркетинг и свързаните с него умения” - предприехме изследване, с което се целеше да отговори на следните въпроси: кой (коя организационна форма) търси специалисти по маркетинг; какви са търсените специалисти по маркетинг в самата фирма и за нейните пазари; какви са търсените професионални качества на специалистите по маркетинг; за какви дейности и структурни подсистеми на фирмата се търсят специалистите по маркетинг (описание на работата – Job description); установяване каква е степента на диверсификация на пазара на маркетинг и на неговата структура; с какви средства се оперира на пазар на специалисти по маркетинг?

Статистическата информация, която беше използвана при анализа на пазара на маркетинг е първична и се базира на 168 информационни единици²⁴. Видът на извадката е пълна, т.е. от генералната съвкупност (168 единици) е извлечена изцяло информацията по отношение на стратегическите и специални качества на маркетинговите специалисти. Очертава се тенденция (макар и далече от необходимото) българските фирми да се ориентират в новите условия към пазара на труда (и по-специално на маркетинг). От разгледани предложения за работа за специалисти по маркетинг най-голям е процента на търсените търговски представители – 40%, специалисти в отдел продажби – 25%, специалисти лични продажби – 15%, сътрудници в отдел “маркетинг” – 10%, мениджъри “връзки с обществеността”, специалисти по логистика, специалисти за връзка с клиентите, мениджъри “Персонал и обучение”. В 33.99% се търсят специалисти по маркетинг за вътрешните структури на фирмата. Най-често търсени са следните маркетингови специалисти: мениджър по продажбите; мениджър търговски операции; специалист “Анализ на пазари”; специалист по обновяване и др.

Набирането на специалисти по маркетинг (маркетинг) се извършва от отдел “Човешки ресурси” на съответната фирма или от специализирани агенции²⁵. От направеното изследване се установи, че фирмите, които търсят специалисти маркетинг, имат много разнообразен профил на дейност – това са както фирми производители, така и фирми, занимаващи се с пласмент, търговия и др. Те са от различни браншове; специалисти маркетинг се търсят както от български, така и от чуждестранни фирми,

²⁴ Като източник е използван българския периодичен печат за 1998 г.

²⁵ Фирмите с чуждестранно участие в България се доверяват на утвърдени рекламни агенции, като: SAATCHI & SAATCHI, “OGILVY & MATHER” и др., които участват не само в разработване на комуникационната им политика, но и в реализиране на техните стратегии за рекрутиране на маркетингови специалисти.

които работят в страната. На основата на обработените комуникационни носители и лични наблюдения са разграничени няколко основни типа специалисти по маркетинг, които се търсят от фирмите. Това са: мениджър продажби (42%); маркетингов мениджър (18%); мениджър “Оперативен маркетинг” (11%); специалист по рекламна дейност (6%.); специалист по маркетингова логистика (7%); специалист по развитие и иновации (6%); специалист по връзки с обществеността (6%); специалист по маркетингови проучвания (4%).

Структура на отрасловото търсене на специалисти по маркетинг е представена на табл. 4.²⁶

Изследването очертава структурата на търсените маркетинг в табл. 5.

Основни участници на пазара на маркетинг са чуждестранни фирми, които имат бизнесединици в България.²⁷ Делът на българските и чуждестранните фирми, които търсят специалисти по маркетинг е следния – табл. 6.

Таблица 4

Отрасъл	Процент
Услуги и комуникации	21,07
Производство на бира и безалкохолни напитки	14,03
Други браншове на промишлеността	11,20%
Производители и дистрибутори на козметични продукти	8,93
Производство и дистрибуция на петролни продукти	8,23%
Млечна промишленост	7,14
Фармацевтична промишленост	5,38
Химическа промишленост	5,38
Дистрибуция на автомобили	3,56
Други	13,08

Таблица 5

ВИДОВЕ МАРКЕТИНГ	Брой
Мениджър “Продажби”	18
Мениджър и сътрудници “Покупки”	2
Брокери и дилъри	34
Търговски агенти и рекламни агенти	43
Дистрибутори	12
Мениджъри (маркетингов, продуктово, промоции; генерален и оперативен маркетинг; работа с важни клиенти и др.	25
Търговски пътници	13
Специалисти логистика	4
Бизнес консултанти и презентатори	8
Други - по един специалист от направления “Анализ на пазара”; Връзки с обществеността; “Оперативен маркетинг”; “Нови опаковки”; “Външна търговия” и др.	9
Общо	168

²⁶ За конкретното изследване е използвана информация от оферти за предлагане работни места от официални медийни издания на 70 чуждестранни и български бизнесорганизации.

²⁷ Това са фирми с дейности и представителства в България като: DANON, DANON, CASTROL, NESTLE, AMOKO, 3M, Metro Cash & Carry Bulgaria, Те участват едновременно на пазара на различните маркетингови специалисти в различни страни.

Таблица 6

Типове маркетингови специалисти търсени във фирмата	Дял на фирми с преобладаващо чуждестранно участие в собствеността (в %)	Дял на фирми с преобладаващо българско участие в собствеността (в %)
1. Мениджъри продажби	83	17
2. Маркетингов мениджъри	77	23
3. Мениджъри "Оперативен маркетинг"	75	25
4. Мениджъри по реклама	40	60
5. Специалисти по маркетингова логистика	87	13
6. Специалисти по развитие и иновации	50	50
7. Специалисти по връзки с обществеността	62	38
8. Специалисти по маркетингови проучвания	100	0

Фирмите с преобладаващо чуждестранно участие в собствеността превишават броя на българските по отношение търсене на специалисти по маркетинг. Причините за това са, че от една страна те изключително силно ценят маркетинга, а от друга - като ангажират български специалисти в тази стратегическа дейност те локализируют своя бизнес. Българските фирми се стремят да приложат световния опит за изграждане на цялостно оформени и структурирани маркетингови отдели. По отрасли картината на фирмите, които търсят специалисти по маркетинг, е представена на табл. 7.

Таблица 7

ОТРАСЪЛ	Фирми с преобладаващо българско участие (%)	Фирми с преобладаващо чуждестранно участие (%)
Комуникации	28.57	71.43
Хранително-вкусова промишленост	50	50
Услуги	44.44	55.56
Енергетика	50	50
Фаянсово-керамична промишленост	16.66	83.34
Търговия	62.5	37.5
Тежка промишленост	16.66	83.33
Компютърен бизнес	0	100
Нефтена промишленост	0	100

Специалистите се търсят най-вече за областните центрове, където са съсредоточени големите бизнесорганизации и техните бизнесединици: София, Стара Загора, Русе, Велико Търново, Пловдив, Враца, Варна и др. То е предимно в отрасли, в които българските фирми нямат силни позиции – например компютърен хардуер и софтуер, висококачествени петролни продукти, фармацевтика и козметика. Търсенето на маркетингови специалисти се съсредоточава в отрасли като търговия, хранително-вкусова и лека промишленост. От фирмите с преобладаващо чуждестранно участие голям дял на дела на тези, които твърдо са решили да инвестират в страната, да създадат и запазят пазарни позиции, да бъдат пазарни лидери. Те се водят от философията, че качествено рекрутиране и създаване на добри специалисти по маркетинг ще доведе до възвращаемост на техните инвестиции.

Търсенето на българския пазар на маркетингови специалисти в края на 90-те години е ориентирано към комплектоването на маркетинговите отдели. За създаването им са спомогнали консултанти, които познават тяхната конвенционалната, стандартната конфигурация. С това се отговаря на един императив на фирменото развитие – вграждане на маркетинговата функция чрез създадена маркетингова институция. Този феномен обозначаваме като **първа вълна на пазарното търсене на специалисти по маркетинг**. Доминиращият тип маркетингови фирми в България е в сферата на продажбите (фронтмени). Търсят се специалисти с профили като: мениджъри продажби, дистрибутори с опит в продажбите, представители по продажби, директор по продажби, секторен отговорник по продажби и дистрибуция, ръководител направление маркетинг и продажби; рекламни сътрудници, специалисти в дирекции иновации, специалисти по външна търговия, специалист по логистика, отговарящ за връзките с други предприятия, търговски представители, продуктови мениджъри, организатори по поръчките, търговски агенти в областта на рекламата и маркетинга, асистенти на маркетинговия мениджър, системни супервайзъри, специалисти по анализ на пазара, мениджъри на дилърски мрежи, управители на търговски комплекси, мениджъри в системите на автоматизация на дребната търговия и др.

С развитието на системите, със стремежа за реализиране на стратегии не само за пазарно и продуктово диференциране, но и за системно такова с цел да се постигне по-голяма (и голяма) конкурентоустойчивост, със стратегията за създаване на гъвкави структури и на “спящи” функции, започва **втората вълна на пазарно търсене на специалисти по маркетинг**. С диверсификацията на търсенето и с излизането от стандартните типове специалисти се увеличават (при равни други условия) шансовете на фирмата за заемане на стратегически пазарни позиции, за увеличаване и за поддържане конкурентоустойчивост и т.н. На пазара на специалисти по маркетинг започват да се търсят профили, които в много случаи изпреварват образователните институции, които ги формират.²⁸

С развитието на е-маркетинга и на е-търговията (и изобщо с използването на киберпространството като средство за бизнес) започва **третата вълна на пазарно търсене на специалисти по маркетинг**.

Професионалната диверсификация в маркетинга расте по-бързо от съседните им във фирмата функции и този процес се очаква да продължи. Голямата нужда от маркетингови фирми се основава на обстоятелството, че много организации (оказващи услуги, с идеална цел, политически, от финансовия сектор, от отрасли като комуникации и транспорт и други) вграждат маркетинг или прилагат негови принципи, увеличават маркетинговите си усилия. Въпреки че продукцията може да бъде механизирена и автоматизирана,

²⁸ Такива например са тесни специалисти-маркетингови фирми като: концептуализатори и илюстратори на реклами; мениджър по производство на рекламата (записване, филмиране); мениджър по проникване на пазари; агент (брокер); мениджър, занимаващ се с издаване на каталози; търговски художник; специалист по връзки с потребителите; мениджър по обслужване на клиенти; продавач, който използва пряк контакт с потребителите - в дома или в офиса; специалист по проектиране и организиране на маркетингови проучвания; международен маркетингов мениджър; супервайзър по маркетингови проекти; медиен аналитик; медиен директор; мениджър отговорен за изпълнение на поръчките; специалист по пакетиране; дизайн, трайност, размер, цена; политически консултант; ценови консултант; мениджър на определена марка продукт и др.

много маркетингови дейности изискват личен контакт с пазарни агенти, потребители, дистрибутори. Засилването на чуждестранната конкуренция кара проактивните фирми да разширяват маркетинговите си програми за обучение. Изследването на този тренд в развити страни (конкретно на примера на Великобритания) показва че пазара търси активни маркетингови специалисти по маркетинг, с което се диверсифицира тяхната традиционна професионална структура, е илюстрирано в табл. 8.²⁹

Таблица 8

Нови (неконвенционални типове) специалисти по маркетинг и маркетингов мениджмънт, които имат отношение към маркетинговия процес – брой	
MANAGER NEW BUSINESS DEVELOPMENT (мениджър ново бизнесразвитие) – 5; REGIONAL MANAGER (регионален мениджър) – 7; SUPPORT SERVICES MANAGER (мениджър на съпътстващи услуги) – 2; CUSTOMER SERVICES MANAGER (мениджър по обслужване на клиентите) – 5; MARKETING MANAGER (маркетингов мениджър) – 8; SALES AND MARKETING MANAGER (мениджър по продажби и маркетинг) – 8; EXPORT SALES MANAGER (мениджър експортни продажби) – 6; MARKETING AND BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER (мениджър маркетингово и бизнесразвитие) – 7; RETAIL MANAGER – 9; (GENERAL)	MANAGER DISTRIBUTION (генерален мениджър дистрибуция) – 2; MARKETING CONSULTANT (маркетингов консултант) – 5; MARKETING CAMPAIGN DIRECTOR (директор на маркетингови кампании) – 4; HEAD OF MARKETING (ръководител, отговарящ за маркетинга) – 3; MARKET STRATEGIST (маркетингов стратег) – 4; BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER (мениджър бизнесразвитие) – 2; CORPORATE BUSINESS ANALYST (корпоративен бизнесанализатор) – 1; BUSINESS ANALYST OF AREA (бизнесанализатор на регион) – 3; STRATEGY CONSULTANT (консултант по стратегии) – 3; RECRUITMENT COORDINATOR (координатор по назначаване) – 2 и др.

Анализът на направено статистическо проучване показва, че най-търсените качества на специалистите по маркетинг са - интелигентност, комуникативност (умение за общуване), лидерство (способност да налага себе си и идеите си), упоритост, да има в миналото си усиlena работа, голяма енергичност и др.

Качества като комуникативност и опит в областта на маркетинга изискват 31% от фирмите, а предприемчивост и инициативност – 18,6% от тях. Други стратегически качества за пазарен успех, като търговски нюх и способност за вземане на решения (9,3%), способността да се работи в екип (4,3%), се подценява от намиращите се в първата вълна на процеса маркетингизация.

Способностите се диверсифицират в зависимост от това за каква длъжност се търси маркетингов специалист. За рекламната агенция от специалиста по маркетинг например се изисква не само да има изградени общоикономически знания, но и умения, които в определен смисъл излизат от чисто икономическата подготовка, а относно образованието – висшето икономическо, с малки изключения, е задължително. В резултат от направения анализ се установи, че на пазара на маркетинговите специалисти търсените стратегически и специални качества са в тясна зависимост от функционалната характеристика на съответната професионална позиция.

²⁹ Изследването го направихме през периода юни – юли 1997 г. с метода на мониторинг на водещи печатни издания, които системно обслужват информационно на пазари на мениджъри в Великобритания - The Times; The Financial times; The Independent, The Guardian.

За управлението на специалистите по маркетинг е важен (и започва да се осъзнава и търси от българската бизнеспрактика) балансът (успешното съчетаване) на специалните (профилиращите го като специалист) и на стратегическите им умения. Върху основа на посочените факти могат да се открият няколко извода. Изискванията към специалиста по маркетинг са в много голям диапазон, но основното, е да умее обективно да преценява икономическата действителност. Решаващо изискване при избора на маркетинговия специалист е познанието му върху материята на дисциплини като маркетинг, финанси, счетоводство, банково дело. Другото изискване към маркетингите е висше икономическо образование, което поставя 87,3% от организациите, търсещи специалисти. Едно от най-често предпочитано стратегическо умение е добрата комуникативна способност на маркетинга, което е свързано с: водене на преговори, със създаване и със съблюдаване на организационна култура, с адекватна ответна реакция на изискванията на клиентите, със способност да постига консенсус. Важно изискване е и способността за набелязване на цели и задачи и вземане на решения за тяхното постигане, което качество предполага наличието на усет, интуиция, решимост – особено полезно умение при разработването и реализирането на маркетингови стратегии, рекламни и производствени акции. Много търсено качество е усетът за изследване на пазара, с който се осигурява “поглед” за бъдещето на продукта, както и предвиждане на обследване на околната среда. С цел отговаряне на изискванията на втората и на третата вълна на маркетингизация по-важни стратегически умения на специалиста са: да стратегира, да разработва и да ръководи разработването на комплекса от стратегии, свързани с маркетинговата сфера на организацията; да вижда къде трябва да бъде “поставена” фирмата в бъдеще; да има способност за формулиране на маркетингови цели; “да чертае” бъдещето на продукта на пазара и др.

Около 44,2% от изследваните фирми и агенции, които търсят маркетинги, лансират в публичното пространство информация за това какво ще се изисква от тях (какви са очакванията от ангажирането им). Основни непосредствени и дългосрочни задачи (цели), които се оповестяват в ofertите за работа са: увеличаване на продажбите; промоция и продажба на нови продукти; техническа помощ на дистрибутори и на нови потребители; организация и управление на продажбите; формиране и организиране на добър маркетингов екип; системно насочване и консултиране на мениджърската институция към разширяване и укрепване на бизнеса и др.

Събраните данни за търсенето на маркетингови специалисти по отрасли показват, че най-често се предпочитат от динамично усвояващи пазара фирми от сферата на услугите и комуникациите. Това се обяснява с постигане на целта за заемане и заздравяване на пазарни позиции и с повишаване ефективността на управленския процес във фирмите, търсенето на по-близък контакт с потребителите и заемане на нови пазари.

В съвременния бизнес много български фирми продължават да влизат на национални и международни пазари без ясни пазарно производствени проекти и без да отделят достатъчно внимание на своята пазарна инфраструктура, политика и стратегия. Промените в динамичната околна среда често затрудняват бизнеса и го правят неефективен, дори обществено

и екологично вреден. В условията на тези промени маркетинговия мениджър е своеобразен регулатор, чрез който се следи и управлява бизнеса в една или друга посока. За да се осъществява нормален маркетингов процес в фирмата трябва да се създаде отдел (служба) по маркетинг, които да обслужва мисията на фирмата. От изследваните 442 фирми 101 (36.86%) са посочили, че имат мениджър по управление на маркетинга. Специално маркетингов мениджър се потвърждава, че има назначен в 12,75% от фирмите, които са създали маркетингов отдел и които смятат, че той е централна фигура в него. От изброените качества, посочени в анкетата следва, че на маркетинговия мениджър се гледа като на специалист по мениджмънт (32% от анкетираните); като универсална личност (25%); плановик (14%), стратег (18%). Тези отговори на анкетните въпроси сами по себе си не оценяват (все още) важността на стратегирането (и специално на маркетинговото стратегиране) и на лицата, които ще поддържат този важен за развитието и функционирането на фирмите процес.

4.5. Обобщение и заключения за маркетинговата институция и за специалистите по маркетинг

Конкретните изводи, които могат да се направят от изследването на състоянието на изграждането и функционирането на маркетинговата институция на фирмите са:

1. Българските фирми осъзнават необходимостта от пазарна ориентация и адаптация на дейността си. От тях 66,05% отчитат измененията на пазара, факторите, които формират потребителското търсене, организират стоковия си поток и маркетинговата култура е в различна степен на развитие при отделните групи фирми, но важно тук е, че има маркетингово и пазарно мислене и то се развива. В 169 (38,2%) от изследваните фирми има обособена (и функционираща) маркетингова структура.

2. В по-голяма част от фирмите (24,65%) развитието на маркетинговата институция е в началната си фаза и се извършват само някои основни и стандартни маркетингови дейности - рекламиране, проучване, ценообразуване. За съвременната адаптация на фирмата към динамичния пазар е осезаема нуждата от маркетингови структури (институция). Последните допринасят за завоюване на нови пазари, привличане на по-голям брой потенциални клиенти, увеличаване на продажбите, на пазарния дял; постигане на печалба, на пазарните цели и изпълнение на пазарната стратегия на фирмата. Данните от изследването сочат, че проучените фирми все още не са достигнали кулминационната точка в този вектор на маркетинговото си развитие. Едва в 10,49% от тях функционира добре развита маркетингова институция, покриваща всички компоненти на маркетинг-микса, с добре функционираща маркетингова структура (определени цели; маркетингови специалисти, разработващи маркетингови документи, които да служат за генерален и аспектирен фирмен мениджмънт). Основните проблеми на маркетинговата институция, които трябва да бъдат решени в българските фирми, са: продължаване изграждането и оптимизиране на вече изградената организационна структура; даване по-голяма самостоятелност на специалистите, работещите в нея; подобряване на координацията вътре в маркетинговата институция и между нея и другите

сфери на фирмения мениджмънт; провеждане поне едно пълно маркетингово изследване на съществуващите и на потенциалните пазари, резултатите от които да бъдат "вход" за изграждане на цялостна маркетингова стратегия и оттам на други стратегии от фирмата, които ще улеснят нейното реализиране; възприемащи културата на учещите се организации (и по-специално на учещите се маркетингови екипи) .За създаване на отлично действащи маркетингови структури ще са необходими много време, средства и усилия.

3. Все по-трайно се настанява във фирменото съзнание необходимостта от приспособяване към пазарните условия, т.е. формиране на маркетингова култура и "обръщане" на фирмата изцяло към потребителското търсене. Това е установено от анкетата с показатели за измерване на отношения, които са стратегически за фирмите – продуктово качество; репутация (на фирмата и марката); скорост на реакция на потребителските нужди; връзки с ключови потребители; рекламиране; качествено пакетирание; следпродажбени услуги.

4. Ефективността на маркетинговия отдел зависи от това колко внимателно са подбрани, обучени, ръководени, мотивирани и оценени неговите човешки ресурси, какво е пазарното им мислене, какви стратегии са концептуализирани, формулирани, следвани и качествено реализирани.

5. Липсата на сериозно развит маркетингов процес се дължи на липса на писана технология, на недостатъчна практика, на незадоволително равнище на маркетингова култура, на недостатъчна информация за пазара и/или на трудности по набавянето ѝ. Изграждането на маркетингова информационна система, която ще използва киберпространството, е добра възможност за създаването на пазарната информационна база на фирмите.

6. В големите фирми маркетинговият отдел концентрира комплекс от маркетингови дейности; той има многофункционална специализация и в него специалистите по маркетинг и мениджмънт извършват обособени дейности едновременно или в различни периоди.

С отлично развити маркетингови отдели като цяло са българските дивизии на големи и глобални компании като: Орифлейм, Л'Ореал, Кока Кола, Макдоналдс, АВОН, Нускварна, Якобс Сушард Своге, Кастрол и др.

7. В институционализираните маркетингови отдели се изпълняват и други стандартни маркетингови дейности като: проучване на пазарите и на конкурентите; обработване на информация за клиентите; осъществяване на ценовата политика и рекламната дейност; разработване на продуктови линии; организиране на панаири и изложби, редактиране на каталози; проучване на доставчиците; следене за качеството на продукцията; следпродажбен сервиз; лансиране на търговската марка и оформяне на опаковката и др. За тези дейности отговарят специалисти най-често с висше икономическо образование, но повечето от тях не са профилирани в областта на маркетинга. Наблюдава се разделянето на функциите на специалистите в отделите както по пазари, така и по произвеждани продукти.

8. За да успее една бизнесорганизация в съвременните условия на пазара, трябва да осъществява различни, умело съчетани, типове маркетинг. Такива например са: стратегически маркетинг, проактивен маркетинг, мултинационален маркетинг, нишев маркетинг, маркетинг едно към едно;

маркетинг, основан на бази данни и др.. В последно време се налага паневропейския, "зеления" и виртуалния маркетинг, които в България бавно си пробиват път.

9. Търсенето на специалисти по маркетинг у нас е феномен за втората половина на последното десетилетие на XX век. При равни други условия маркетингите са в основата на процеса маркетингизация на фирмите, в създаването и използването на тяхната маркетингова и пазарна сила, в насочването им формиране на бизнесструктури, които ще създадат модерни отрасли и в крайна сметка – реална национална пазарна икономика, участваща успешно в световни пазарни мрежи и технологични системи.

Търсенето на специалисти по маркетинг оформя, и заедно с това се възползва, от създаващия се пазар на маркетинги. Той все още е в начален стадий на формиране и тепърва ще се развива. Характерно е обаче, че колкото и малък да е този пазар, съществува диверсифициращо се търсене на специалисти както с тесен профил в областта на дистрибуцията, рекламата, продажбата, така и с широк профил – маркетинги в истинския смисъл; на висши маркетингови мениджъри и др. Оценката за пазара на специалисти по маркетинг със стратегически и специални качества е, че той е нов, но бързо се развива. Той не е задоволен изцяло поради факта, че от скоро към висшите учебни институции се обучават специалисти по маркетинг. Това е един перспективен и нужен пазар за развитието и успешната дейност на фирмите. Тенденциите сочат, че в началото на XXI век участието на български фирми на пазара на маркетингови специалисти ще се увеличи. Те няма само да копират опита на чуждестранните си конкуренти, но и ще инвестират усилия да създадат свой. Ще се увеличи и дела на специалистите по маркетингови проучвания, по търсене на все по-оригинални решения за продуктово и фирмено обновяване, на маркетингови мениджъри и др.

Пазарът на маркетинги е пазар на високо квалифициран труд. Все още фирмите търсещи специалисти по маркетинг са малко, в по-голямата си част те са с преобладаващо чуждестранна собственост, с репутация и утвърдени търговски марки. Това с особена сила важи за тези от тях, които навлизат на българския пазар и (или) целят на него да развият пазарни мрежи. Особено активни на пазара на специалисти по маркетинг са фирмите с преобладаващо чуждестранно участие. Те използват проигран механизъм на сегментиране и пазарно навлизане, който следва последователността: Централен щаб в България ➔ Рекрутиране на специалисти продажби за регион А (Б, В и др.) ➔ Рекрутиране на специалисти продажби за Град I (II, III и т.н). Присъствието на такива фирми на пазара на специалисти по маркетинг е компонент на стратегиите им за навлизане на нови пазари и за нарастване на пазарния им дял. По тази причина още при започването на работата си в България те се нуждаят от местни специалисти, които познават особеностите на икономиката и потреблението в страната.

Търсенето на маркетингови специалисти със стратегически и специални качества тепърва ще започне да се развива в нашата страна. Такъв специалист се оформя като фигура, която ще играе основна роля в фирмите и в стопанския живот на страната.

Фирмите имат нужда и конкретно търсят следните видове маркетингови специалисти: маркетингов мениджър; по маркетинг (маркетинг); по

комуникации; рекламен агент; по сервизна и след продажбена дейност; логистик; по пласмента; по връзки с обществеността и др. На този пазар извън фирмата се търсят най-вече търговски представители, които в първата вълна на маркетинга са основни пазарни създатели (маркетмейкъри). Фирмите се стремят към привличането на такива маркетингови специалисти, каквито ще са най-подходящи за поставените цели при нови условия или пазари.

Търсенето на специалисти по маркетинг е пряко свързано с диверсификацията на маркетингови умения и на специалисти по съответни проблеми. С развитието на обществото се наблюдава непрекъснато увеличаване изискванията към тях, селекцията става по-прецизна. Проактивните фирми предпочитат усърдни и добре обучени в духа на новото време и с чувство за бъдеще, за стратегичност лица, с което действие те постепенно инвестират в перспективно и стратегическо мислене и действия.

Поради обстоятелството, че прехода към пазарна икономика предполага преминаване към нов тип управление, това от своя страна изисква рекрутиране на специалисти (вкл. и маркетингови) с компетенции и умения в които приоритетно място заема перспективното и нестандартно мислене; с глобален поглед към техните системни и маркетингови цели. Именно тези качества у специалистите все по-активно се търсят на вече съществуващия и в България пазар на маркетинга.

В бъдеще на трудовия пазар ще се увеличи търсенето на маркетинга, които работят в областта на планирането, международните контакти, връзки с потребителите, пазарното анализиране и др.

От гледна точка на наличните специалисти по маркетинг фирмите могат да бъдат обособени в няколко групи: имащи маркетингова институция (отдел) с различни по характер дейности и разполагат с професионални специалисти по маркетинг; нямащи маркетингов отдел с различни по характер дейности, но разполагат със специалисти по маркетинг; нямащи отдели по маркетинг и не разполагат с нужните специалисти.

*

Общите изводи от изследването на процеса маркетинга са, че българските бизнесорганизации осъзнават необходимостта от пазарна ориентация и адаптация на дейността си. В България постепенно се създава механизъм за развитие на специалистите по маркетинг. В края на XX век около една трета от потребностите на фирмите от маркетингови специалисти се задоволяват чрез пазара. В тази насока се използват няколко сценария (подхода) при управлението на този процес:

Сценарий 1. Той следва последователността: Установяване какви специалисти по маркетинг и с какви качества са необходими на фирмата ➡ Натоварване на специализирана консултантска институция за рекрутиране и селектиране ➡ Проучване и анализ на пазара на специалисти (сегмент пазар на специалисти по маркетинг и външни търговски отношения) ➡ Селекционни процедури по одобряване и ангажиране.

Сценарий 2. Фирмата рекрутира директно от пазара на специалисти (сегмент пазар на специалисти по маркетинг и търговски отношения).

Сценарий 3. Фирмата създава собствени специалисти по маркетинг.

Сценарий 4. Фирмата не провежда специална политика по осигуряване (рекрутиране и създаване) на специалисти по маркетинг

В втората половина на 90-те години маркетингите се търсят на всички типове пазари – организационен, потребителски, политически и др.

Маркетинговата култура е в различна степен на развитие при отделните групи бизнесорганизации, но важното е, че се проявява маркетингово мислене и се очертават сериозни перспективи в това отношение.

Развитието (проектирането) на организационните форми за нормално функциониране на фирмения маркетинг е създадо разнообразни форми за различни ситуации като: 1. Съвместно извършване на маркетингови и логистични дейности. 2. Отделяне на извършването (специализация) на маркетингови и логистични дейности. 3. Извършване само на логистични и пласментни дейности и (може би епизодично) на определени маркетингови такива, което се налага от конкретната ситуация. 4. Съществува обособено звено за осигуряване тила на производството (доставки). В определени случаи стандартизацията на маркетинговите отдели е полезна. Техни модели могат да се пренесат, да се използват като типови. В други случаи именно тяхната диференциация по бизнесорганизации, по мрежи, по пазари и т.н. създават стратегическите им предимства. Същото е валидно и за нейната фирмена стратегия - стандартна, типова, правена от други по отношение на нов продукт, по отношение на нов пазар и т.н.

В страни като България маркетингът започна да формира вътрешните и външните си органи в условията на формираща се пазарна среда след втората половина на 90-те години. Той започна процес на създаване на маркетингови институции и се очаква, ако умело се насочва, да формира и мрежи. Процесът на маркетингизация в България се намира в първия етап от своето развитие – създаване на маркетинговата институция. Фирмите имат различни постижения в движението към маркетингово развитие, целящо създаване на пазарнонасочвани и пазарно тласкани типове. Голяма част от тях се намират в процеса на изграждане на пазарни структури (първи етап, вълна на процеса маркетингизация). Те създават маркетингови отдели и рекрутират специалисти за разработване на подходи и стратегии към определени пазари. Само част от фирмите търсят човешки ресурси за установяване позиции на бъдещи пазари (на пазара на бъдещето), т.е. за навлизане във втория етап на процеса маркетингизация. Все още малък е дела на тези, които са с развити маркетингова институции; с балансирано разпределена маркетингова дейност както в самата фирма, така и извън нея; съчетават и проспективен маркетинг (за бъдещи пазари), и подходящи снабдителни и пласментни дейности на съществуващите пазари; успешно оперират на пазара; имат солидна основа за дългосрочна гъвкавост и конкурентоустойчивост. Или вече започнал да се развива, процесът на маркетингизация в мнозинството от случаи не е достигнал критическа маса, а именно да бъде синергетична комбинация от маркетингова институция + маркетинговите човешки ресурси, които да създадат маркетинговата сила на фирмената мрежа. Все повече фирми се занимават с маркетингово развитие от първи род – създаване на външните и вътрешните структури и предпоставки за бизнесорганизационно развитие. Само отделни

бизнесорганизации се занимават с маркетингово развитие от втори род - оптимизиране на вече създадените структури, повишаване чрез срастване и натрупват опит на пазарната и на маркетинговата сила на фирмата и на фирмената мрежа.

Преходът от псевдопазарна към реална пазарна икономика се извършва обмислено, върху основа на модели за маркетингизация (модерна маркетингизация), а също и стихийно, спонтанно. В изследването пропорцията е 25.4 към 74.6. Развиваният процес на маркетингизация е както магистрален, управляван на базата на предварително осмислена концепция, така и лъкатушеш, развиващ се върху класическия принцип *laissez faire, laissez passer*. Все още не се правят задълбочени стратегии за пропорцията и балансирането между специалисти по маркетинг и специалисти по продажби, като акцентът пада върху последните. За това има резонно обяснение – проникване на пазарите, осигуряване на фронта на маркетинга – заставането “лице в лице” с потребителя; създаване на мрежата на специалистите по продажби. Но за бъдещото устойчиво бизнесорганизационно развитие са необходими както специалисти по моделни типове маркетинг, така и по стратегически маркетинг.

Маркетинговото развитие изисква специалисти, които да насочат вниманието и усилията си към бъдещи пазари и задоволяване нуждите и потребностите на бъдещи потребители, в съзвучие със създаване на подходящи форми за нарастване на маркетинговата сила на фирмите.

Процесът за подготовката на специалисти по маркетинг в България постепенно повишава своята комплексност, той обхваща във верига системата на образованието, пазара на специалисти по маркетинг (рекрутирането чрез пазара) и действията по обучаването им в фирмената мрежа. В условията на преход през 90-те години и след осъзнаването на необходимостта от реални специалисти, започнаха да се създават системи за тяхното рекрутиране от пазара и за тяхната подготовка (целенасочено или спонтанно осъществяване).

При анализа на резултатите от изследваната съвкупност от фирми се образуваха три основни групи: I Група – създали са маркетингов отдел, който обаче не покрива рамката от изисквания (липсват звена). Те разполагат със професионалисти (специалисти с висше икономическо образование - профил маркетинг). II Група - нямат отдели по маркетинг и не разполагат с подходящи специалисти. III Група - нямат отдел, но разполагат с маркетингери, като техния брой е най-голям.

Обобщението на направените изследвания за периода 1993 – 1999 г.³⁰ по отношение на маркетингово-мениджърското развитие може да се направи извода, че българските бизнесорганизации минава през няколко етапа.

I етап – те не “правят” маркетинг и вниманието на управлението се фокусира върху производството с цел изпълнение на поставените задачи със звучащата абсурдно формула “най-малко разходи и максимална ефективност”. Маркетинговата функция липсва в управлението или се

³⁰ Освен направеното от нас изследване, представено по-горе в изложението, визираме и проучванията на: Узунова, Ю., Г. Петрова. Маркетингови трансформации в бизнеспромените. Свищов, библ. “Стопански свят”, 1999, № 37, с. 11; Marinov, M., T. Cox. Marketing approaches in Bulgaria – *European Journal of Marketing*, N 11-12, 1995, 34 – 37.

практикува несистемно, частично, разпокъсано, епизодично.³¹ Акцентът се поставя върху постигане на вътрешна ефективност на организацията.

II етап - съвпада с прехода към пазарна икономика (със създаване на нейните структури). За част от фирмите държавната намеса е ограничена, появяват се нови фирми (вкл. и със смесена българо-многонационална форма на собственост); премахва се монопола на отделни предприятия, появява се конкуренция. От една страна, разграждащите се държавни структури за управление не се заместват с нови, пазарно ориентирани и управлявани от лица с пазарно мислене и добре ориентирани пазарни действия. От друга страна, като изпитват потребността от повече информация за пазара, управляващите фирмите се убеждават в необходимостта от маркетинг. В голяма част от тях се назначават лица, които да отговарят за този комплекс от дейности; формират се специални институции (отдели, служби). В дейността си обаче последните се сблъскват с трудности като: липса на достатъчно внимание и грижи от страна на ръководството, противопоставяне от други отдели, липса на опит, неизползване на апробиран маркетингов инструментариум и т.н. Все още вниманието е насочено към производствените проблеми и те се решават независимо от идеите и съветите на маркетинговите специалисти. Проблемът на маркетинговия мениджмънт е, че непрофесионални мениджъри, а в някои случаи и липсата на мениджмънт, елементарно планиране (или липса на планиране) се отразяват отрицателно върху фирмите. Много от тях работят наслуки, а са твърде малко тези, които имат екипи за проучване на настоящите и на бъдещите пазарни възможности. Маркетинговата институция във формата на маркетингови отдели са в фаза на развитие, на която създаването на двустранната връзка "потребител-производител" е в крайно недоразвита.

III етап. Силната конкуренция, променливото търсене и потребителски предпочитания налагат цялостна промяна в дейността на фирмите. Оцеляването им става възможно ако задоволяват добре потребностите на клиентите. Цялостната организация и дейност е съобразена с тях. От една страна, клиентите "изтеглят" необходимите им продукти от производителите. От друга - фирмите "изтеглят" необходимите им ресурси от потребителите и доставчиците. Така пазарът и неговите потребности стават главна движеща сила в цялостният процес на производство и размяна. На този етап се създава обхватна и повишаваща гъвкавостта си маркетингова институция, която обслужва концептуално бизнесорганизационното и маркетинговото стратегиране, маркетинговите акции и кампании. Развива се и маркетинга на диалога³².

³¹ В проведено сравнително изследване на отношението към маркетинга в Унгария, Полша и България за периода 1992 г. се констатира, че в България не се съзнават изцяло такива важни компоненти като например конкурентно ценообразуване (на него му отдават значение 21.6% от 523 анкетиран фирми) – срещу – 52.7% от 893 в Унгария и 32.6% от 893 в Полша; продуктово качество – 13.8 срещу 44.6% и 30.8%; скорост на реакция на потребителските изисквания – 13.2% срещу 17.1% и 12.9; близки връзки с ключови потребители – 2.7% срещу 17.1% и 15.5% (*European Journal of marketing*, # 11-12, 1993, p. 16).

³² Янков, Н. Развитието на маркетинга на партньорството. – Народностопански архив, 1999 (год. LII), кн. 1., 19 – 27.

С навлизането в този етап вниманието не се насочва само към потребителя, а се създадат мрежови отношения с партньорите на входа и на изхода на фирмата. За целта е необходимо да се развият определени процеси, свързани с фирмената мрежа и с нейната маркетингова подмрежа (възел). Те се очертават като следващ (четвърти) етап в процеса на маркетинизиране на българските бизнесорганизации, а оттам и на българската икономика.

SUMMARIES

Ivan Stoikov

ECONOMIC SHOCKS

The study examines the impact of the economic shocks. Studied are the types of economic shocks, the reasons and forms of their revealing. An estimation of their revealing in the conditions of the countries in transition to market economy is made. Presented are possible approaches and methods for modeling and evaluating the shocks and are made estimations on data about the Bulgarian economy in the period of 1990-1997.

Kenneth Koford

CITIZEN RESTRAINTS ON “LEVIATHAN” GOVERNMENT: TRANSITION POLITICS IN BULGARIA

Standard theories of government in transition countries (Olson, M., Jr., 1995. Why the Transition from Communism Is So Difficult. Eastern Economic Journal 21, 437-462.) regard politicians and bureaucracies as “bandits” who extract the maximum resources from the public. Extraction is limited when the bandit expects to maintain power for a longer period of time and when the public can resist. When “bandits” try to gain wealth quickly and then leave, it is hard for them to work together – they become “disorganized roving bandits”. In the transition, the public begins to act together to restrain the ability of the government to extract rents, changing the constraint faced by “bandits”. The paper uses these principles to analyze the politics of transition in Bulgaria. While some political actors extracted rents for their personal use, others followed traditional authoritarian principles, producing the *leader's* idea of the public good – a concept of government as Leviathan. Four episodes of transition policy are considered. In each, the government followed policies that led to its collapse under citizen resistance. Either governments were too “disorganized” to carry out utility-maximizing policies, or they underestimated the willingness of the public to resist their policies.

Ivan Verbanov

THE ECONOMIC PHILOSOPHY OF FRIEDRICH HAYEK

This study is a philosophical, methodological, and theoretical analysis of the economic philosophy of Friedrich Hayek. It is structured as follow: introduction, four paragraphs, and conclusion. In the first section are analyzed Hayek's ideas on philosophical and methodological problems of economic knowledge. The second part is dedicated to conception of the Austrian thinker about paradigmatic significance of the market. In the third part are presented his views on relations between market competition, planning and democracy. The last one examines Hayek's approach toward property, justice and liberty.

The main points of the analysis put stress on some original and important for social science and particularly for economics Hayek's ideas: his integrative and interdisciplinary approach; his methodological individualism; problems of division of knowledge, of spontaneous social and economic order, of relation economics - law - politics; role of the market, competition, and the government in individual and social life of people.

Nikolay Galabov

EXPANDING THE RANGE OF THE ASSESSABLE INCOMES WITH INDIVIDUAL INCOME TAX AND DECREASE OF THE TAX BURDEN

The study analyzes the achievements and the remained problems in the field of expanding the tax base of the individual income tax in Bulgaria. The main conclusion is that the reserves in this field are significant. The expansion of the tax base is discussed as a necessary condition for a gradual decrease of the average effective tax burden.

Emil Panusheff

PROBLEMS OF INTERACTION BETWEEN INDUSTRIAL STRUCTURE AND FOREIGN ECONOMIC RELATIONS

The structure of the commodity market in the conditions of the openness of the economy, branch changes and the shares of export and import in the production output are analyzed. The study of the mechanisms of sectoral policy in the European union attempts on the industrial policy and especially the role of the small and medium enterprises for the stimulation of the foreign economic orientation in the process of adjustment of Bulgarian economy to the Single internal market. The realization of the structural changes in the openness of the economy is analyzed in the context of Bulgaria's membership in the World trade organization and the possibilities for implementation of the selected instruments of the trade policy in the countries of transition. The proposals for the national policy to the development of foreign economic orientation of Bulgaria are formulate.

Nicola Yankov

MARKETING DEVELOPMENT PROCESS IN BULGARIAN BUSIUNESS ORGANIZATIONS

The main goal of transition is forming of market oriented business organizations. This study is focused on the problems of the Bulgarian firms' marketization process. Next the object of research is their marketing development. In attempt this process to be covered first of all the interrelated notions as 'marketing development', 'marketing power' and 'marketing institution' are object of interpretation. After an attempt to describe the stages of firms' marketization, the attention is paid on the analysis of firms, which are in different stages of the process mentioned above. The research essence is the degree of marketization of 442 firms. The attention is also paid to the motor of the business organization and marketing development – namely the marketers and their specialized market. At the end of the study conclusions are done regarding the business organization marketization process evolution in Bulgaria in the 90s and its perspective development.