

Година XIV

Книга 2, 2005 година

СЪДЪРЖАНИЕ

<i>Йордан Бл. Радков</i> – Стратегическите приоритети за развитие на транспорта при икономически растеж и интеграция в единната транспортна система на Европа	3
<i>Явор Марангозов</i> – От практика към теория на международните съвместни предприятия	44
<i>Светослава Ковачева</i> – Нарастващата роля на корпоративния имидж за осигуряване на корпоративно предимство в условията на глобализация	78
<i>Райна Цанева</i> – Финансиране на малките и средни предприятия в България от предприсъединителните фондове на Европейския съюз	100
<i>Пенка Шишманова</i> – Секторът на услугите в българската икономика – еволюция и реструктурираща роля	127
<i>Генка Рафаилова</i> – Ключова детерминанта за устойчиво развитие на туристическа дестинация	151
Резюмета на английски език	175

INSTITUTE OF ECONOMICS AT BAS
 "D. TSENOV" ACADEMY OF ECONOMICS
 VARNA ECONOMIC UNIVERSITY

ECONOMIC STUDIES

Volume XIV
 2005, Number 2

Editorial Board

Assoc. Prof. Dr. MITKO DIMITROV (Chief Editor)
 Prof. Dr.Econ.Sc. KALIO DONEV (Deputy Chief Editor)
 Prof. Dr.Econ.Sc. IVAN STOIKOV
 Prof. Dr.Econ.Sc. METODI KUNEV
 Prof. Dr.Econ.Sc. NIKOLA VULCHEV
 Assoc. Prof. Dr. NENO PAVLOV
 Assoc. Prof. Dr. SVETLA RAKADJIISKA
 Assoc. Prof. Dr. GEORGE SHOPOV

International Advisory Board

Prof. ANDRASH INOTAI (Hungary)
 Prof. ANTONIA IOSIFOVSKA (Macedonia)
 Prof. Dr.Econ.Sc. ATANAS DAMIANOV
 Prof. Dr.Econ.Sc. BOIKO ATANASSOV
 Prof. BRUNO DALLAGO (Italy)
 Prof. GABOR HUNIA (Austria)
 Prof. GEORGE ZAMAN (Romania)
 Prof. GEORGE PETRAKOS (Greece)
 Prof. Dr.Econ.Sc. ILIA GEORGIEV
 Prof. XAVIER RICHET (France)
 Prof. LULZIM HANA (Albania)
 Prof. RUSLAN GRINBERG (Russia)
 Assoc. Prof. Dr. PLAMEN ORESHARSKI
 Prof. SAUL ESTRIN (UK)

DIANA DIMITROVA – secretary

Text editors: Hristo Angelov, Noemzar Marinova

CONTENTS

<i>Yordan Bl. Radkov</i> – Strategic Priorities for Transport Development in Economic Growth and Integration in the Common Transport System of Europe	3
<i>Iavor Marangozov</i> – From Practice to Theory of the International Joint Ventures	44
<i>Svetoslava Kovacheva</i> – Increasing Role of the Corporate Image for Insuring Corporate Advantage in the Conditions of Globalization	78
<i>Raina Tzaneva</i> – Financing Small and Medium-Sized Enterprises in Bulgaria from the European Union Pre-Accession Funds	100
<i>Penka Shishmanova</i> – Internationalization of the R&D Activity – Organizational Forms and Concepts	127
<i>Genka Rafailova</i> – Key Determinant for Sustainable Development of Tourist Destination	151
Summaries in English	175

The papers should be prepared with text editor Word for Windows 2000/XP, font Times New Roman, volume 40 standard pages (30 lines x 60 columns), including tables and figures. References should be listed as footnotes in ascending order. The papers should have ½ page of summary and JEL classification. The papers should also be accompanied with contact information of the author (address, phone, fax, e-mail). The editors will prefer if you use e-mail.

Economic Studies is indexed and abstracted by ***Journal of Economic Literature/EconLit***.

Address: Institute of Economics at BAS, Aksakov 3, Sofia 1040, Bulgaria
 Chief Editor: +359 2 9875 879, e-mail: m.dimitrov@iki.bas.bg
 Secretary: +359 2 9875 879; 9890 595 (ext. 205), e-mail: diana@iki.bas.bg

ISSN 0205-3292

© Institute of Economics at Bulgarian Academy of Sciences, 2005

СТРАТЕГИЧЕСКИТЕ ПРИОРИТЕТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТРАНСПОРТА ПРИ ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ И ИНТЕГРАЦИЯ В ЕДИННАТА ТРАНСПОРТНА СИСТЕМА НА ЕВРОПА

Анализът на състоянието и извеждането на основните стратегически приоритети за развитие имат важно значение за преодоляване на кризата в транспортния отрасъл. Тази задача е съобразена с тенденциите за динамично развитие на националната икономика и европейската транспортна политика. Основната концепция при разработване на приоритетите е утвърдената позиция, че транспортът е структуроопределящ отрасъл, с изключително важна социална функция и роля за развитие на цялата икономика. Развитието на транспорта има определящо значение и за успешна интеграция на България в единното европейско икономическо, инфраструктурно, пазарно и социално пространство. Обективните интеграционни процеси налагат необходимостта от технологическа, организационна и икономическа съвместимост на националния транспорт с европейските транспортни структури. Основните стратегически приоритети са разработени на базата на изследване в следните направления: икономическите и производствено-технологическите особености на транспорта като фактор за ускорено развитие и международна интеграция; основните направления на европейската транспортна политика и необходимостта от съгласуване на стратегията за развитие на транспорта в България с европейските стандарти; състоянието, приоритетите и основните фактори за развитие на транспорта и транспортната инфраструктура. Стратегическите задачи са конкретизация на стратегическите цели по видове транспорт и единни транспортни процеси.

Анализът на състоянието и очертаните приоритети за развитие на транспорта са основа за по-нататъшна изследователска работа и вземане на ефективни управленски решения на всички равнища. Така може да се гарантира изпреварващо развитие на транспорта и възможности той да съответства на нарастващите потребности от транспортни услуги.

JEL: L91, F15

Въведение

Транспортът е основен структуроопределящ отрасъл с мултипликативен ефект във всички стопански и социални направления.²

¹ Йордан Бл. Радков е д-р по икономика, тел. 02/321 630, 0887 682 829, e-mail: r_sys@abv.bg.

² Тази позиция е анализирана подробно в Барбов Т. С. И. Д. Ламбев. Организация и управление на железопътния транспорт в България. С., Техника 1976; Брешков, Ив. Управление на транспорта. С., изд. Стопанство, 1993; Василев, В. Управление на транспортни системи. С., Стопанство, 2004, с. 39; Директиви на ЕС относно за транспортната политика, по видове транспорт; Цанков, Ст. Ролята на транспорта за повишаване на общественото производство. С., Стопанство, 1994; в които е разкрита определящата роля на транспорта за развитието на останалите отрасли и неговата социална функция.

Изключително важна е неговата социална функция и ролята му за комплексното развитие на страната и регионите. Особеното място на транспорта определя неговото определящо значение за успешна интеграция на България в единното европейско икономическо, инфраструктурно, пазарно и социално пространство, тъй като тя предполага необходимостта от технологична, организационна и икономическа съвместимост на националния транспорт с европейските транспортни структури.

В резултат от икономическата криза и рязкото намаляване на инвестициите в транспорта, през последните 15-20 години се увеличи неговото технологично изоставане. Изключение прави само автомобилният транспорт, но и тук инвестициите са предимно в транспортни средства. Изоставането е свързано и с липсата на време за реализацията на нова структурна, технологична, организационна и икономическа политика за развитие и управление на отрасъла. Тази обективна причина за неговото лошо състояние се допълва от хаотично проведените реформи. Години наред преструктурирането на отделните видове транспорт се осъществява секторно и без необходимите анализи на очакваните резултати от всяко управленско решение. Липсваха не само компетентно разработени стратегии и програми, но дори най-общо виждане за основните направления за развитие.

Отрицателни последствия възникват и от факта, че транспортът не се определя като структуроопределящ и съответно приоритетен отрасъл – подход, имащ има дългосрочно отрицателно отражение върху цялата икономика. Това се осъществяваше в името на иначе правилната постановка за утвърждаване на пазарните принципи и “освобождаване на държавата от несвойствени задължения”; но подобна позиция обаче не е съобразена със следните проблеми:

Първо, установяването на пазарните принципи и получаването на икономическа самостоятелност е относително продължителен процес, а прекъсването на икономическата помощ от държавата беше направено рязко.

Второ, въпреки декларираната необходимост преходът да се извършва в съответствие с европейските практики, това практически не беше осъществено както по отношение на ролята на държавата, така и във връзка с прилагането на съвременни научнообосновани методи за управление на процесите, свързани с планирането на развитието, организационното, производствено-технологичното и “пазарно-икономическото” преструктуриране.

Трето, прилаганата управленска практика е близка до пазарния фундаментализъм, а резултатът е рязко намаляване на инвестициите и увеличаване на технологичната дистанция с европейския транспорт.

Като изходна позиция за кардинална промяна на подхода за развитие на транспорта приемаме, че:

- Транспортът е приоритетен отрасъл поради структуроопределящото му значение и необходимостта да се развива изпреварващо;
- За неговото развитие в синхрон с потребностите от транспортни услуги са необходими големи инвестиции. За тяхното усвояване е

нужно технологично време, много по-голямо в сравнение с всички останали отрасли;

- Необходима е активната роля на държавата във всички направления, каквато е налице във всички развити европейски държави;
- Прилагането на европейските практики съобразно специфичните особености в България, е гаранция за динамично развитие и ускорена интеграция в европейските структури.

Целта на изследването е да се анализира проблемната ситуация; да се очертаят основните фактори и подходи при планиране на развитието и управлението на транспортния отрасъл и да се определят най-съществените приоритети. Наред с това, фундаментално значение за правилното определяне на стратегическите приоритети в контекста на международната интеграция има синхронизацията на транспорта с европейските структури, технологии, стандарти и механизми за управление. Посочената синхронизация е необходима и между видовете транспорт в България, както и между външните за всяка страна транспортни системи.

Други важни проблеми, свързани с единната политика, са:
прилагане на съвременни единни модели за регулиране на икономическите процеси; усъвършенстване на нормативната база за отношенията на собственост; използване на общи принципи за оптимизиране на социално-икономическата и регулиращата роля на държавата и прилагане на съвременни управленски подходи.

Важно предварително условие за ефективен анализ и дефиниране на основните задачи е безспорното положение, че развитието на транспорта е в пряка зависимост от състоянието и съответно от транспортните потребности на всички други икономически и обществени структури. По тази причина приоритетните направления за развитието на транспорта трябва да се разглеждат в съответствие с баланса между отраслите и между видовете транспорт.

На основата на направените изводи можем да открием следните основни проблеми, които трябва да се изследват и анализират при определяне на приоритетите за развитие на транспорта:

- разкриване на специфичните особености на транспортния отрасъл и анализ на състоянието, проблемите и перспективите за неговото развитие в новите икономически условия;
- анализ на европейската политика и тенденциите за развитие на националната транспортна система в условията на европейската интеграция;
- изследване на основните фактори, които трябва да се отчитат при определяне на приоритетните направления.

1. Специфичните особености на транспорта – фактор за ускорено развитие и международна интеграция

Цялостното описване на специфичните особености на транспорта като обект на стратегическо планиране и управление е задача със самостоятелно

значение. Във връзка с това ще открием само най-важните и свързани с темата особености.

Транспортът е основен структуроопределящ отрасъл на националната икономика. Неговото функциониране и развитие е свързано с необходимостта от транспортни услуги. Количествените и качествените изисквания към тях са в пряка зависимост от динамиката на икономическите, структурните, пазарните и други промени в икономиката и степента на нейната международна интеграция.³

Транспортът има комплексни, отраслови, частни, държавни и международни стопански и социални функции. Това създава редица проблеми, свързани с разработването и финансирането на единни програми за развитие. Стратегиите за системата като цяло и по видове транспорт трябва да бъдат съобразени със стратегиите по отрасли, за да се гарантират съответстващи на техните потребности темпове за развитие на транспорта. На практика обновяването и съответно инвестиционната политика в транспорта е функция от стратегиите по отрасли. Същевременно осигуряването с транспорт като част от възпроизводствения цикъл трябва да бъде неразделна част от програмите на всички сектори на икономиката и социалната практика. Това изискване може да осигури съгласуване на инвестиционните програми и устойчиво, добре обосновано и изпреварващо развитие на транспортната инфраструктура и модернизация на транспортните услуги. *Без нов управленски подход, основан на посочените изисквания, транспортът ще продължи да бъде един от основните фактори за ниската активност на чуждестранните инвеститори.*

Транспортът е начало и продължение на преобладаващата част от производствено-икономическите и социалните процеси.⁴ Тази широко известната характеристика е в пряка връзка с посоченото изискване относно взаимозависимостта между стратегиите на различните отрасли. Транспортът осъществява организационни, търговски, икономически, технологични, социални и други връзки с и между всички подсистеми на национално и международно равнище. Това предполага сложността и разнообразието на връзките и съответно взаимозависимостта на транспорта от всички национални и международни социално-икономически структури.

Най-съществени в международен план са единството и взаимозависимостта на българския транспорт с транспортните системи на Балканите, Близкия изток и особено със страните от ЕС. С посочените държави и региони имаме преки транспортни връзки, което обуславя интеграцията – както чисто технологически, така и икономически. След 2007 г. България ще бъде част от ЕС, с всички изисквания, с които трябва да се съобрази технологичната и управленска модернизация на транспорта.

Транспортният отрасъл е комплекс от различните видове транспорт със сложни връзки, динамично протичащи процеси и със специфични характеристики на транспортните услуги. Комплексният

³ Това превръща в задължително условие разработването и реализацията на транспортната стратегия да се разглеждат като интегрална част от националната стратегия за гарантиране на потребностите от транспортни услуги.

⁴ Барбов, Т. С. И. Д. Ламбрев. Организация и управление на железопътния транспорт в България. С., Техника, 1976, с. 5-15.

характер на взаимодействието на транспорта със средата е предпоставка за обективната необходимост от прилагане на нов подход при изследванията, анализите и планирането на неговото развитие. Независимо от това през последните години се утвърди отрицателната практика изследванията и проектите да се осъществяват секторно, по видове транспорт или за отделни технологични, инфраструктурни и други локални проблеми, без да се отчита тяхното място и взаимовръзка в контекста на цялата транспортна система. *Това е пречка за разработване на комплексни програми, които да съответстват на интегралните характеристики на транспортната система и на многопосочните ѝ връзки със средата.*

Транспортните структури са изключително сложни и динамични. Те са съчетание между скъпоструващи инфраструктурни обекти и динамично променящи своето местоположение в пространството транспортни средства. Много често за реализацията на една транспортна услуга се използват различни видове транспорт, които осъществяват процеса на територията на цялата страна или на няколко континента. При тези условия ефективността и конкурентната способност на отрасъла е в пряка зависимост от съвместимостта на транспортните технологии както между видовете транспорт в страната, така и с този на другите страни. Особено важно е да се спазва това изискване спрямо страните, с които ще имаме преки транспортни, икономически и други връзки.

Посочената необходимост от технологична съвместимост между видовете транспорт в национален и международен аспект предполага съвместимост и на системите и подходите за управление на всички процеси, свързани с организацията, мениджмънта, инвестициите, иновационната политика и т.н. Големият брой и сложност на връзките и динамичността на процесите в "многоравнищната система за управление"⁵ на транспорта изискват стратегически ориентиран подход при управлението му. Това изискване е в пълно противоречие с утвърдената през последните 10-15 години управленска политика "на оцеляване" по основни видове транспорт. *Резултатът от този поход и упоритото несъобразяване с азбучното положение за необходимостта от изпреварващо развитие на транспорта доведе до неговото превръщане в основен фактор, който ограничава инвестиционната активност, независимо че другите условия за инвестиции обективно ще бъдат все по-добри.*

Важна специфична особеност е това, че икономическите кризи се отразяват най-силно в транспорта. В резултат от кризата рязко намаляха производството, движението на стоки в страната и извън нея и съответно платежоспособното търсене на транспортни услуги. В началото на общата криза потребностите от транспорт намаляха до 25-30% от капацитета на транспортните организации. Това беше зле разбрано основание за рязкото намаляване на инвестициите в отрасъла и особено за неговата модернизация, но забавянето има бумерангов отрицателен ефект в периода на икономически растеж.

Практиката за ограничаване на държавното финансиране, без комплексно реструктуриране и без стратегически насочени научно-

⁵ Василев, В. Управление на транспортни системи. С., изд. Стопанство, 2004, с. 39.

обосновани мерки за оздравяване, е причина за допълнително задълбочаване на кризата в транспорта. Не се отчиташе бързото морално и физическо остаряване на транспортните средства и технологии за времето до новия подем на икономиката и реалната вече опасност транспортът да се окаже пречка за нейното динамично развитие. Показателен пример за това е недостигът на товарни вагони през последните три години. От направеното изследване в спедиторските организации недостигът на вагони е нараснал от 4500 през 2003 на приблизително 7000 през 2004г. Проблемът може да се окаже много по-голям, ако се направи цялостно изследване, което да включва и потребността например от специализиран вагонен парк, отказ от услуги поради остарели транспортни технологии, големите срокове за доставка и др.

Във връзка с това особено голямо значение има липсата на механизми за обединяване на инвестиционните възможности на различните потребители на транспортни услуги. Опитът на редица страни показва, че по този начин могат да се осигурят допълнителни средства за развитие на видовете транспорт, за които са необходими инвестиции с големи срокове за възвръщаемост.

Създаването на единна система за управление на процесите за развитие на транспорта е обективна необходимост. Целта не е организационна централизация, а по-добра координация на програмите на различните държавни и частни организации за провеждане **на единна транспортна политика.** Хаотичното движение на средства от едно държавно учреждение в друго за решаване на възникващи реални или "доказани" проблеми намалява рязко ефективността на инвестициите. *Преодоляването на посочените проблеми е свързано и със задачата за нормативно (съобразено с европейските практики) очертаване на ролята на държавата и механизмите за провеждане на единна транспортна политика.*

Ефективното функциониране на транспортния пазар без регулиращата роля на държавата не е възможно. Това показва и опитът на редица развити европейски страни, като Франция, Германия, Белгия и др. Регулирането чрез стимули и ограничения трябва да бъде насочено към оптимизиране на икономическото състояние и дела на отделните видове транспорт. Изграждането на нова система от икономически и организационни отношения с органите на държавното управление е важен фактор за цялостното усъвършенстване на системата за управление на транспорта.

В основата на ефективното управление на транспорта трябва да бъде пазарният принцип в съчетание със стратегическите програми за развитие по отрасли, социално-икономически, регионални, културни, екологични и други стратегии и програми. Необходимостта от стратегическо прогнозиране и планиране нараства с много повече сила при голямата "самостоятелност", многообразие и раздробяване на икономиката. В условията, при които "новият модел на производство се превръща във все по-едновременен и синтезиран процес"⁶, е обективно изискването за съчетаване на децентрализацията с интеграцията. Посочената

⁶ Тофлър, А. Новата цивилизация, С., Обсидиан, 1995, с. 67.

закономерност в най-голяма степен се отнася за транспорта като свързващо звено на всички обществени процеси.

Това не отменя необходимостта от ускоряване на процесите, свързани с адаптирането на транспорта към реалните пазарни условия. Неправилното разбиране, че пазарът изключва държавното регулиране и прилагането на интегративен подход в управлението на транспорта, е причина за допуснатите през последните години грешки.

Хаотичното увеличение на "изцяло" самостоятелните звена за управление в транспорта води до технологична и функционална разпокъсаност и липса на синхрон между целите на транспортните организации и потребностите от качествен, икономически изгоден и екологичен транспорт. В тези условия конкуренцията се превръща в добро пожелание, а когато е реална, резултатът в обществен план е отрицателен. Показателен пример в това отношение са паралелните превози между автомобилния и железопътния транспорт на дълги разстояния, проблем, който се регулира нормативно в голяма част от европейските страни.

На основата на посочените специфични характеристики на транспорта можем да посочим предварително определящите условия за ефективност на управленските решения за неговото развитие. По-важните са: *изпреварващото развитие на транспорта е обективна необходимост; състоянието на транспорта налага ускорено внедряване на нови транспортни технологии и технологична модернизация, съвместима с европейските транспортни системи; за постигане на максимална ефективност и екологичност на транспорта задължително условие е да се регулира структурата и съотношението между видовете транспорт и да се усъвършенстват механизмите, уреждащи ролята на държавата за осигуряване на качествени транспортни услуги; разработването на национална стратегия и програми за развитие, съгласувани с отрасловите стратегии и Националната стратегия за социално развитие, е приоритет с определящо значение; успешното решаване на проблемите е в зависимост от цялостното усъвършенстване на системите за управление и повишаване на квалификационното равнище на персонала на всички управленски и производствени равнища.*

2. Основни аспекти на европейската транспортна политика

Динамичното развитие на световния транспорт нараства заедно с превръщането на икономиката в единна глобална система. Увеличава се международната търговия, културният обмен и свързаното с това движение на хора и стоки. За успешното регулиране и координацията на тези процеси все по-актуална е необходимостта от единна политика в регионален и световен аспект. В този контекст европейската транспортна политика се основава на редица документи, приети в рамките на ЕС и на други международни форуми. По-важните от тях са: директиви, наредби и решения, приети в съответствие с Римския договор; решенията и тълкуванията на законите от Европейския съд; всички транспортни споразумения, в които участва Европейската общност, както и съответните декларации и резолюции на Съвета на министрите.

Въпреки значението, което се придава на транспорта в Европейския съюз, до 1985 г. не беше постигнат значителен напредък в развитието на единната транспортна политика. Това се дължи на съществените разлики в начина на регулиране на транспортния пазар в отделните страни-членки.

Решението на Европейския съд от 1985 г. ускори развитието на общата транспортна политика. Съдът задължи Европейския съвет да предприеме действия и да разработи условията, според които превозвачи от една страна-членка могат да поемат предоставянето на национални транспортни услуги в друга страна-членка на общността – т. нар. “каботаж”.

Новите решения на Комисията от 1985 г., свързани със създаването на общ пазар, ускори промяната на транспортната политика и през следващите години доведоха до промяната на транспортното законодателство. Приети бяха нови закони и директиви за морския транспорт през 1986 г., за въздушния транспорт от 1987 и 1992 г., за шосейния, железопътния и вътрешния речен транспорт от 1991 г. и 2001г.

В резултат от новата транспортна политика различните транспортни дейности се обвързват чрез единна нормативна база, която отчита различните икономически, социални и екологични аспекти. В съответствие с Бялата книга на Комисията от 1993 г. за проблемите на растежа, конкурентната способност и заетостта на работната ръка беше поставено началото на амбициозна програма за създаване на трансевропейска транспортна мрежа.

Програмите, свързани с общата транспортна политика, са насочени към решаването на следните основни проблеми:⁷

- създаване на интегрирана транспортна система, базирана на модерни технологии, която да подобри качеството на транспортните услуги, опазването на околната среда и да повиши сигурността на превозите;
- повишаване на ефективността и разширяване на възможностите за избор на транспортни услуги при строго спазване на социалните стандарти с цел подобряване на функционирането и ефективността на единния транспортен пазар;
- подобряване на транспортните връзки между ЕС и трети страни, като едновременно с това се подсилват способностите на Общността да навлезе на транспортния пазар в други части на света;
- развитие на транспортната инфраструктура и транспортните връзки, информационните системи и глобалната сателитна навигационна система. В основата на развитието на транспортната инфраструктура стои задачата за изграждане на трансевропейска транспортна мрежа. Транспортната инфраструктура се разглежда като важен фактор за растеж, за икономическо и социално единство на Общността.

По същество това е съдържанието на стратегическите цели. Приложението на стратегията е гарантирано в голям брой от решения на

⁷ В съдържателно отношение посочените основни направления са определени в “Директивите на ЕС” относно транспортната политика.

Комисията. Специално внимание в тях се отделя на ефективното ценообразуване в транспортния сектор, подобряването на сигурността и създаването на "търговски подход" в рамките на възможното и според спецификата на съответния транспорт. Например за железопътния транспорт използваният термин е "по-търговски условия".

Транспортната политика на Европейския съюз може да се разглежда условно в няколко основни направления.

2. 1. Състояние и направления за подобряване на икономическите и правно-нормативните условия

Транспортните услуги заемат приблизителен дял 4.5% от brutния вътрешен продукт (БВП) на Общността. Ако се включи транспортът "за собствена сметка", дялът ще стигне до 7% от БВП, което е повече от дяловете на земеделието или стоманодобива. В сектора на транспортните услуги работят 6 млн. човека, над 4% от общия брой на наемните работници. Още 2 млн. работят в промишлеността за транспортно оборудване и 6 млн. са наети в сектори, свързани с транспорта. Инвестициите в транспортната инфраструктура надхвърлят 60 млн. евро годишно, което представлява повече от 1% от общия БВП.

През последните 25 години търсенето на товарен транспорт, особено за доставки рамките на Общността, се повишава непрекъснато с около 2% годишно. За пръв път от десетилетия услугите от железопътния транспорт нарастват с 10% (в тон-километри), докато темповете на растеж на автомобилния транспорт спаднаха до 5%. Тази тенденция е в резултат от новата политика за стимулиране на железопътния транспорт, защото е по-икономичен и екологично чист, особено за масови и превози на дълги разстояния.

Темповете на растеж на пътническият транспорт постепенно се забавят – от близо 4% през 70-те години до 2% през 90-те години на миналия век (но като цяло увеличението от 1970 г. насам е общо 110%). Темповете на растеж на въздушния транспорт намаляват от 8% на 6% през първата половина на 90-те години. През 1997 г. е регистриран растеж от 10%, а след 2001 г. се очертава нов спад.

Транспортната политика се осъществява чрез законодателство, с което се гарантира реализацията на транспортните стратегии за развитие. Общата транспортна политика е един от основните елементи на европейския общ пазар. Рамката за прилагане на тази политика е обект на отделна глава в Договора от Амстердам, посветена на транспорта. С Договора от Маастрихт са въведени допълнителни клаузи, отнасящи се до европейската транспортна инфраструктура. Договорът от Амстердам подсилва ролята на Европейския парламент в процеса на вземане на решения чрез въвеждането на т. нар. процедура за съвместни решения (CODecision) за целия транспортен сектор.

Политиката, свързана с транспортната инфраструктура, е ориентирана към преход от развитие на национална основа към изграждане на европейска инфраструктура по единни стандарти и изравняване на технологичното равнище. За целта са необходими значителни инвестиции. Според направените оценки през следващите 15 години те са в размер на повече от 400 млрд. евро, за да се завърши единната европейска транспортна мрежа.

Усилията са насочени към гарантиране на оперативната съвместимост на транспортните мрежи чрез финансова подкрепа на проекти от общ интерес. Общността може да участва във финансиране на конкретни проекти със средства от т. нар. кохезионен фонд.

Важни стратегически цели в това направление са:⁸

1. Обединяване в единна схема на концепциите за развитие на пътната и железопътните мрежи, вътрешния воден и комбиниран транспорт, пристанищата и летищата.
2. Управление на транспортните потоци и системите за контрол на транспортните потоци, които имат пряко отражение върху сигурността на транспорта.
3. Определяне и подпомагане чрез специализирани фондове на проектите, осигуряващи интегриране на мрежите на европейско равнище.

Условията и процедурите за отпускане на финансова помощ от Общността са насочени към оказване на съдействие за проекти, които са потенциално осъществими от икономическа гледна точка и чиято финансовата печалба е оценена като недостатъчна. Прави се оценка на съответствието на техния принос за постигане на оперативна съвместимост на националните мрежи и достъпа до тях. **Заедно с това решението за отпускане на помощ се взема и след анализ на:** ефекта върху публичните и частните финанси; стабилността на схемата за финансиране; преките или косвените социално-икономически последици, специално върху заетостта; отражението върху околната среда и други важни проблеми според спецификата на проекта.

2. 2. Европейската политика по видове транспорт

Политиката в автомобилния, железопътния и вътрешния воден транспорт е ориентирана към създаване на единен пазар чрез: либерализиране на достъпа до пазара и за взаимно признаване на сертификатите и другите документи, свързани с квалификацията; подобряване на безопасността на транспорта; преодоляване на екологичните последици от транспортната дейност; хармонизиране на стандартите; създаване на общовалидни конкурентни условия и др.

Общата политика в областта на железопътния транспорт започна през 1991 г. с приемането на Директива 91/440, като до момента продължава изменението и допълването на пакета от документи в области като: развитието на съюзните железници (Директива 01/12); лицензирането на железопътните предприятия (Директива 01/13), инфраструктурното тарифиране, териториално разпределение и сертифициране за безопасност (Директива 01/14).

Основен обект на регулиране в директивите е достъпът до пазара и институционалната рамка. Важно изискване, което в основни линии е осъществено в България, е отделянето на инфраструктурата от

⁸ Посочените по-долу три цели са синтез на основните положения в Договора от Амстердам, който урежда въвеждането на т. нар. процедура за съвместни решения (CODecision) за целия транспортен сектор.

превозната дейност. Директива 2001/12/ЕС изисква управлението на инфраструктурата да бъде независимо от държавата по отношение на отговорностите на управлението на компанията, и вътрешния контрол. Указанията са страните да гарантират, че функциите лицензиране, разпределение на капацитета, инфраструктурно тарифиране и мониторинг на задълженията за обществени услуги (определящи справедлив и недискриминационен достъп до инфраструктурата) ще бъдат възложени на организации, които не предлагат услуги за железопътен транспорт.

Всяко решение на ЕС се базира на целта за създаване на обща транспортна политика на основата на съчетаването на либерализирането с въвеждането на общи нормативни стандарти. Това се налага поради спецификата на транспорта, в който свободният пазар не трябва да влияе отрицателно на безопасността, околната среда и на социалния характер на част от транспортните услуги. Основна регулираща роля в този аспект има компенсирането от държавата на задължения за предоставяне на обществени услуги, когато нормативното задължение произтича от разпореждането на държавен или обществен орган.

Въздушният транспорт формира приблизително 1% от БВП на Общността. Броят на служителите в европейските авиокомпании възлиза на около 400 хил., на летищата работят над 500 хил. човека, а в индустрията, свързана с авиотранспорта – около 400 хил.

Обща политика в областта на въздушния транспорт се утвърди с решението на Съда на Европейските общности, който установи, че правилата за конкуренция, предвидени в Договора на Общността, трябва да бъдат приложени и в този сектор. Процесът на вътрешна либерализация завърши с приемането на "пакета" разпоредби за постепенна либерализация, който влезе в сила на 1 януари 1992г. Те предвиждат осигуряването на свободен достъп на европейските авиокомпании до всяко европейско летище въз основа единствено на търговски съображения. Правилата от третия пакет трябва да бъдат тълкувани в комбинация със съответните разпоредби, отнасящи се за конкуренцията. Тези допълващи се групи от разпоредби реализират концепцията за пазарната икономика в областта на европейската авиация. Изпълнението на тези нормативни актове цели да се осигурят високи стандарти на безопасност и защита на околната среда.

Морският транспорт има изключително важно значение в транспорта на Европейския съюз. Приблизително една трета от търговията в рамките на ЕС и 90% от търговията със страни, които не членуват в Съюза, се извършва чрез морски транспорт. За него са приети множество нормативни документи, свързани с нелоялната конкуренция, свободата за предоставяне на услуги, спазването на нормите за безопасност, защитата на околната среда и охрана на труда, подобряването обучението на екипажите, съвместимостта на европейското право с търговските принципи, прилагани от държавите-членки на други международни организации и т.н.

Важно значение има политиката, свързана с пристанищната инфраструктура. Тя е насочена към инвестиции за внедряване на нови технологии, подобряване на инфраструктурата в и около пристанищата, интегрирането им за комбинирани превози, създаване на условия за свободна и лоялна конкуренция в пристанищния сектор.

3. Основни фактори за развитието на транспорта

Факторите, които имат пряко или косвено влияние върху състоянието и развитието на транспорта, могат да се определят най-общо като вътрешни и външни. Външните фактори могат да бъдат разделени условно на глобални, регионални и външни за транспортната система в рамките на страната. Вътрешните в контекста на международната интеграция са с национално и локално значение. В друг разрез те могат да бъдат изследвани като икономически, социални, демографски, и др. Голяма част от факторите могат да бъдат определени едновременно и като външни, и вътрешни, или специфични за транспорта. В този аспект като универсален фактор могат да се определят глобалните икономически процеси.

С посочените фактори е свързана общата икономическа криза през последните години, която е съчетана с липсата на съответстваща на икономическото състояние на България транспортна политика. Това се допълва от рязката организационна и икономическа либерализация на управлението, осъществявано без необходимите системни изследвания и технико-икономически анализи. Резултатът от този подход е практиката за вземане на нерационални решения със стратегически последици, без да се отчитат националните потребности в перспектива и развитието на международните транспортни връзки.

Голяма част от отрицателните последици, свързани с общата криза, бяха неизбежни. Независимо от това през този период имаше възможност за решение на редица структурни и технологични проблеми и за промяна на състоянието на транспорта така, че да съответства на нарастващите потребности след излизане от кризата. Този период не беше използван ефективно поради хаотичните "структурни реформи". Решенията се вземаха най-често на основата на интуитивни виждания, лобиране за корпоративни интереси, препоръки на външни консултанти, които не познаваха целия спектър от проблемите и възможните алтернативи.

Тук ще се спрем само на някои основни фактори, които имат важно значение за провеждането на едно бъдещо цялостно изследване и разработване на стратегия и програми за развитие на транспорта в България. Класификацията и изчерпателното изследване на факторите за развитие на транспорта е задача със самостоятелно значение. Разгледаните по-нататък фактори са само пример за сложността на проблема и необходимостта от комплексни изследвания при вземане на решения за развитие на транспорта в новите условия.

Външни фактори

Географското положение на България и геополитическите и икономическите промени обуславят специфичните международни условия за развитие и функциониране на транспорта у нас. До 1990 г. в общи линии е съобразено и с глобалните условия за развитие на страната. Независимо от пазарните, геополитическите и технологичните ограничения през този период транспортът обслужваше предимно екстензивно развита икономика, с голямо количество товари и пътници. В международен план беше осъществено приоритетно развитие на морския и товарния автомобилен транспорт. По

този начин България присъстваше успешно на международните транспортни пазари. В резултат от това през годините на прехода кризата засегна по-малко тези превози.

Географското положение на България като своеобразен “мост” между Европа и Азия определя силното влияние на този фактор, независимо че разграничението на географския фактор от останалите е условно, защото промяната на всеки от тях подсилва или намалява ролята на останалите. ***Това налага и обективната необходимост анализът и определянето на “коефициента на тежест” на факторите да се прави при отчитане на тяхното единство и взаимозависимост.***

Новата външнополитическа ориентация на България след 1989 г. доведе до промяна на “географската” структура на външната търговия и до преориентиране на транспортните потоци. Например средно за различните години от последното десетилетие до 1989 г. между 7 и 9% от износа България (в лева) е ориентиран към ЕС, до 65% – в рамките на СИВ и 10 – 12% – към трети страни от другите континенти. През 2000 г. 43.5% от износа се реализират в страните-членки на ЕС, 5.84% – в Русия и страните от бившия СССР и 9.11% – към останалите страни. Промяната на структурата на вноса е в почти същите съотношения.

За анализа на географския фактор важно значение има и структурата на стоките (товарите). Внасяните например стоки от Русия и останалите страни от постсъветското пространство са предимно въглища, нефт, метали, руда и други суровини.

Цикличните кризи в световната икономика през последните 10-15 години имат пряко влияние за промените на пазара на транспортните услуги. Най-силно се отразиха върху източноазиатската и руската криза през 1998 г., както и общата рецесия в световната икономика. Посочените процеси оказваха влияние и върху обемите на транзитните превози. Например през 2002 г. в резултат от кризата в Турция транзитните превози от и за това направление намаляха с 20%, а след войната в Ирак този процент се увеличи рязко.

Засилването на световния тероризъм след 2001 г. също влияе отрицателно върху международния транспорт – както върху пътническите превози, така и върху товарния транспорт. Рестриктивните мерки за контрол на пътници и товари, от една страна, и чисто психологическите задръжки на клиентите, от друга, вероятно ще имат дълготраен отрицателен ефект.

Политическата ситуация в различните точки на Земното кълбо е друг фактор с изключително силно влияние върху международния транспорт. Примерите в това отношение са много, но най-показателно е положението в Близкия и Средния изток. През 2000 г. например броят на преминаващите товарни автомобили от тази част на света е над 7000, а от 2001 до 2003 г. спада чувствително с 60%. Промени се рязко и обемът на транспортните услуги, свързани с обслужването на намаления търговски обмен със страни като Русия, Полша, Чехия, Украйна, Куба, Либия, Виетнам, Ангола, Никарагуа и др.

Цените на енергийните ресурси също са пряко свързани с геополитическите процеси. Те влияят върху крайната цена на транспортните услуги. Тенденциите към тяхното увеличение са важен фактор при

определянето на структурата на транспорта, за приоритетно развитие на енергоикономичните и екологично чистите видове транспорт

При разработването на стратегията трябва да се отчитат и редица положителни тенденции, свързани с външните фактори. По важните от тях са:

1. Присъединяването на България към ЕС през 2007 г. ще доведе до разширяване на външнотърговския ни обмен със страните-членки на Съюза. Тази тенденция налага ускоряването на интеграцията на транспорта с европейските транспортни системи.
2. Възстановяването на пазарните позиции на българската икономика в страните от ОНД е обективна стратегическа задача. Една от причините е очакваното динамично развитие на икономиката и необходимостта от осигуряване на по-голямо количество енергийни ресурси и суровини. Това е предпоставка за увеличаване на търговския обмен с Русия и страните от Близкия изток и за развитието на транспорта както за вътрешно направление, така и за транзитните превози за западноевропейските страни. Във връзка с това трябва да се преодолее изоставането по отношение на инфраструктурното изграждане на основите транспортни коридори.
3. Положителните промени, свързани с европейската интеграция, са най-динамични в пътническите превози. През 1990 г. 6.9% от чужденците, посетили България, са били от Западна Европа, а през 2003 г. те са над 30%. Увеличили са се и пътниците – български граждани. Очаква се и рязко повишаване на броя на транзитните пътници, особено след преодоляването на блискоизточната криза и започването на преговорите за присъединяване на Турция. Важно е да се отбележи, че тези транспортни услуги се извършват предимно с автомобилния транспорт (над 65%), с всички негативи, свързани с екологията, комфорта на пътуване и др. Във връзка с това необходимостта от нова транспортна политика за минимизиране на тези тенденции е очевидна.

Казаното се отнася за транспортната система като цяло, защото тенденцията към увеличение на всички превози през последните години е трайна, а транспортните услуги не са на необходимото равнище за достъпност, бързина, регулярност, култура на обслужването, информационно обслужване и др.

Промяната на връзките на България в глобален аспект също има важно значение. Наред с това, че страната се интегрира в европейските структури, тя разширява динамично икономическите си връзки с останалите континенти. В този аспект е налице и положителното влияние на глобалните фактори в дългосрочен план. То е свързано с повишената мобилност на населението и увеличението на международните превози. Дългосрочният и комплексен анализ на този фактор може да даде важна информация за определянето на приоритетите. Като пример за това могат да се посочат добрите възможности за развитие на въздушния транспорт, които не бяха отчетени при последните години. Напротив, решенията, основани само на

отделни фактори (определени субективно като най-важни – например приватизация на всяка цена), задълбочиха кризата на този вид транспорт.

Отрицателните резултати от подобен управленски подход са показателни. През 1990 г. националният въздушен превозвач, а след това и други български авиокомпаниите предлагаха услуги, които обслужваха дестинации на 4 континента с над 80 редовни международни въздушни линии и средно транспортно разстояние, достигащо 2450 км. В края на 90-те години на XX век броят на международните линии, обслужвани от българските авиопревозвачи, спадна до 45, а средното транспортно разстояние – съответно до 1800 км. Това, заедно с други фактори, доведе до спад и на транзитно преминаващите през страната пътници – от 6.2 млн. през 1994 г. на 1.9 млн. през 2001г.

Независимо че цитираните като примери данни и направените изводи отразяват обективно тенденциите за определени период и по отделни показатели, за цялостното изследване е необходима по-изчерпателна информация, с която да се определи динамиката на промените. Тази информация трябва да се анализира и в единство със стратегическите приоритети за развитие на останалите отрасли и свързаните с това очаквани международни товарни и пътнически превози.

Регионални фактори на въздействие

Те са идентични с глобалните, но с по-ограничено в географски аспект влияние. Анализът може да се ограничи условно за Балканския полуостров и в контекста на ролята на транспортната система на България – за транспортните връзки между Европа и Азия, както и между Балтийско и Средиземно море.

В това направление основно значение при определянето на приоритетите има инвестиционната политика за привеждането на четвърти, седми, осми, девети и десети паневропейски коридори в съответствие с европейските стандарти. Вземането на окончателно решение за тяхното развитие правилно се свързва с решенията за структурата на единната европейска транспортна мрежа. Независимо от това, че проблема все още се обсъжда, България трябва да има аналитична и концептуална готовност за бъдещето на коридорите. Този извод се основава на следното:

Първо. Посочените транспортни коридори са основни структури на националната транспортна система. По тази причина тяхното развитие има важно значение за ефективността на вътрешните превози независимо от решението за структурата на европейската мрежа.

Второ. Динамиката на промяна на транспортните потоци през следващите 10-20 години ще бъде голяма. Развитието на коридорите ще даде възможност за привличане на допълнителни, нововъзникващи потребности от международни превози.

Трето. Инвестиционната политика за модернизацията на тези транспортни направления е условие за стабилна позиция при включването им като приоритет за развитието на европейската транспортна мрежа.

Четвърто. Инвестициите в посочените коридори ще превърне България във водещ транспортен център в Югоизточна Европа и ще минимизира възможностите за отклоняване на транспортни потоци през

други страни. Това е възможно например за коридори № 4, който има отклонения до румънското пристанище Констанца и от Солун до Истанбул (Виа Игнатия), коридор № 10 – от Белград през Скопие до Солун, върху който са концентрирани инвестициите и дейностите на Сърбия, Черна гора и БЮР Македония и др. Голяма част от товарите, които ще бъдат насочени в тази посока, могат да минат през българска територия, особено по трасетата север – юг, които са много по-конкурентни. Условието е транспортната политика за модернизацията да бъде стратегически ориентирана. По този начин ще се осигурят изпреварващо висококачествени транспортни услуги в момента на възникване на потребностите от тях.

Пето. Сериозно основание за минимизиране на инвестиционния риск от развитието на основите коридори е перспективата за изграждане на железопътен тунел под Босфора. В случай, че този проект се осъществи до 2007 г., железопътната мрежа на България ще се окаже тясно място в европейската мрежа.

Национални фактори

Глобалните и регионалните фактори имат пряко влияние върху международните и опосредствано – за вътрешните превози. Особеностите на транспорта обаче обуславят много по-силната зависимост на всички превози от състоянието на транспортната инфраструктура, транспортните средства и прилагането на съвременни транспортни и управленски технологии

Независимо че основната задача на сектора е да задоволи транспортните потребности на България, той е “силно” отворена система и неговата “национална” ефективност зависи от възможностите му да се реализира и на международните пазари. Във връзка с това анализът на външните и вътрешните фактори при определяне на стратегическите направления за развитие трябва да се прави в тяхното единство и взаимозависимост

Дефинирането, класификацията и анализът на вътрешните фактори е обемна и сложна задача, която изисква усилията на голям екип и голямо по обем изследване. В тази студия ще посочим само най-важните фактори, без които е невъзможно да направи дори най-обща концепция за бъдещето на транспорта.

Трябва да подчертаем, че разработването на необходимата цялостна стратегия и програми за развитие трябва да се осъществи от голям програмен екип на учени и специалисти на базата на съвременните върхови научни постижения и адаптиране към авангардния практически опит. Системните, системно-ситуационните методи, съчетани с детайлен анализ на транспорта по основни процеси, са възможно най-подходящият подход за успешна реализация на тази задача. Прилаганите до момента секторни изследвания и локални решения са неефективни. Този извод се потвърждава от комплексния характер и взаимозависимостта на представените по-долу основни вътрешни фактори, които не изчерпват всички необходими за анализа проблеми.

Преструктурирането и развитието на българската икономика без адекватно управление на процесите за преструктуриране на транспорта през последните 15-20 години е основен фактор за неговото лошо състояние.

Промяната на вида и обемите на транспортните услуги е резултат от реструктурирането на икономиката. Рязко намаля производството в големите промишлени предприятия, в които се зараждаха масови специализирани товари. По-голямата част от производствените структури са малки и средни (с до 100 заети), като 93% от тях са микропредприятия, т.е. с до 10 заети. Това промени не само структурата на товарните, но и на пътническите превози. Товарите се пренасочиха стихийно към автомобилния транспорт, с всички екологични и икономически последици, особено за превозите на дълги разстояния. През 1990 г. средното транспортно разстояние с железопътния транспорт е около 230 км, на автомобилния – 20 км, а през 2003 г. за железопътния транспорт то е съответно 250 и 65 км (над 3 пъти по-голямо). Причината за това е инертността при управлението, основно на железопътния транспорт, и липсата на ефективна държавна политика за регулиране на структурата на транспортната система по примера на страните от ЕС.

Системата от икономически и други регулатори за насочване на товарните и дори пътническите превози към по-икономически изгодни и екологично чисти видове транспорт е най-добре развита в развитите западноевропейски страни. В България този процес е оставен на стихийното реструктуриране. Както вече посочихме, резултатите от такъв подход, особено в транспорта, са задължително с отрицателен знак. Така се получи парадоксът, че когато в страните от ЕС се утвърди тенденцията към динамично развитие на железопътния транспорт, у нас се демонтират железопътни линии, които функционират над 100 години, при това в периоди с много по-слабо развитие на икономиката – до 50-те години на миналия век.

Възобновяването на обема на производството в традиционните за България нефтопреработвателна и химическа промишленост, черната и цветната металургия и строителството на нови преработващи предприятия е обективна тенденция. Това е неизбежно по икономически съображения, особено за ресурсите, които могат да се осигурят от българската индустрия. Заедно с преодоляването на кризата неизбежно ще нараснат превозите на суровини, в т.ч. руди, метали, инертни материали, въглища, и др., както и на готова продукция. Това ще увеличи потребностите от транспорт за масови товари, но страната отново ще се окаже неподготвена.

Хранително-вкусовата и леката промишленост в момента работят с 35 до 45% от производствения си капацитет. Паралелно с това увеличението на износа с 8-10% за последните две години показва, че само след пет години съвременните транспортни средства ще са недостатъчни като обем и структура.

Селското стопанство е изведено като приоритетен отрасъл и неговото развитие дори до равнището от 1989 г. е предпоставка за нарастване на потребностите от разнообразен транспорт. Рязко ще се увеличи обемът на всички товари, които изискват специализация на транспортните средства, международните превози и други транспортни услуги. Дори само този пример, взет условно като модел на бъдещата структура на видовете транспорт и на отрасъла като цяло, показва сложността и необходимостта от предварително разработване на ясна концепция за развитието и реструктурирането на отрасъла.

Социалните, в т.ч. демографските фактори, наред с влиянието на националната икономика, имат пряко въздействие върху пътническите услуги. Очаква се тенденцията към намаляване на населението на България до 5-10 години да се преустанови. Заедно с това потребностите от пътнически транспорт ще се запазят на относително високо равнище поради повишаването на мобилността на населението, развитието на туризма и увеличението на чуждестранните пътници. В този аспект анализът относно пътническите превози трябва да се съобрази и с демографската политика и очакванията за промяната на демографската структура, териториалното развитие, промените в разположението на производствените мощности, туристическите, културните, образователните и други центрове, от които зависи мобилността на населението. ***Изследванията, свързани с тези проблеми, трябва да се извършат изключително прецизно, защото опасността от механичен подход, базиран само на намаляването на населението, е реална, а в момента това доминира при вземането на решения.***

Развитието на туризма е важен фактор, който до момента има по-ясно очертано влияние върху въздушния транспорт. Броят на чуждестранните туристи в България расте. За периода от 1998 до 2002 г. прирастът надвишава 50% – от 1.97 млн. на 2.99 млн. В перспектива заедно с нарастването на туристическите пътувания ще се увеличат и пътуванията с останалите видове транспорт. Основно условие за това обаче е качеството на услугите и ускореното развитие на комбинираните превози. Те оказват положително влияние за разширение на географията на туристическите пътувания в цялата страна и имат важно икономическо значение. С развитието на комбинираните превози с въздушен, воден, автомобилен и железопътен транспорт ще се увеличи и международният туристически поток във вътрешността на страната.

Отношението транспорт – екологично равновесие има мултипликативен ефект и върху развитието на селското стопанство и пазарните позиции на неговите продукти, на туризма, чуждестранните инвестиции и т.н. Опазването на околната среда в контекста на европейската интеграция е само на пръв поглед фактор с индиректно регулиращо въздействие върху транспорта. На практика структурата на транспорта има пряко влияние върху екологията, защото автомобилният транспорт и индустрията са основните източници на замърсявания. На пътният транспорт се дължат над 30% от азотните оксиди във въздуха. Намирането на оптимално решение за околната среда във връзка с нарастването на трафика и съотношението на превозите между видовете транспорт е един от основните стратегически проблеми.

Наред с оптимизирането на дела на видовете транспорт за пътническите превози важни стратегически задачи са: правилният избор на приоритети за технологично обновяване на транспортните средства; ясно дефиниране на ролята на държавата за стимулиране на ползването на екологично чисти горива и превозни средства; ограничаване нарастването на градския автомобилен трафик; развитие на ползването на екологично по-чистите видове транспорт като железопътния (в т. ч. другите видове релсов и електрифициран транспорт), водния, тръбния и комбинираните превози като

средство за минимизиране на екологическите вреди. Влиянието на различните видове транспорт върху околната среда също трябва да бъде обект на задълбочено изследване.

Локални фактори

Локалните, социалните и икономическите структури са формирани през дълъг период. Представените международни и национални фактори имат важно значение и за състоянието на транспорта на равнище област и община или за обособените икономически, културни, промишлени, туристически, селскостопански, географски и т.н. райони, потребители на транспортни услуги.

На това равнище на анализ е важно да се отчитат следните основни фактори, с които трябва да се съобрази разработването на стратегическите направления за развитие на транспорта:

- **структурата на икономиката, в т. ч. относителният дял по отрасли и потребностите от транспорт;**
- **развитието на регионалната инфраструктура и съответствието на транспортната инфраструктура с потребностите;**
- **БВП на човек и доходите на населението в отделните райони – обект на анализ, в т. ч. географията и степента на заетост, доходите и качеството на живот на населението, делът на разходите за транспорт от общия разход на домакинствата и др.;**
- **гъстотата на населението и неговата възрастова, квалификационна, професионална и т. н. структура;**
- **демографските тенденции, в т. ч. динамиката на намаляване или нарастване на населението;**
- **географските характеристики на региона и възможностите за неговото развитие;**
- **равнището на безработица в районите и отклоненията от средните стойности за страната;**
- **перспективите за развитие на региона в съответствие с отрасловите стратегии и държавната политика за териториално планиране и регулиране.**

Ще посочим само някои примери за влиянието на транспорта.

Недостигът на качествени транспортни услуги е един от важните фактори за новата вълна на миграция към градските агломерации - противно на очакванията в новите икономически и политически условия. Така се получи обезлюдяване на големи територии. В т. нар. райони на планиране разликите в гъстотата на населението варират средно от минимум 50 човека на кв. км до 103 при средно за страната 71. На равнище област разликите са по-ясно очертани – от 38 човека на кв. км в София-област, 41 – в Ловеч, 42 – във Видин, до 873.7 в София-град, следвана от Варна – 121, Пловдив – 120, Русе – 95.

Неравномерно е разпределението и на икономически активното население и безработицата в страната. Големи са разликите в доходите между регионалните и “националните” центрове, както и между центровете и

регионите. По тази причина има големи различия и в дела на разходите за транспорт. Например този дял е най-нисък в Северозападна България. За наличието на подобни контрасти особена роля играе транспортната инфраструктура, намаленият или напълно липсващ обществен транспорт.

Това води до транспортна изолираност, понижаване на инвестиционната ефективност и съответно активност, висока безработица, обезлюдяване на цели райони, ограничен достъп до информация, услуги, образование и т.н. Лошото състояние на пътната и железопътната мрежа затрудняват интегрирането на регионите както в национален мащаб, така и в европейските структури. Силно засегнати в това отношение са граничните територии и голяма част от периферните селищни системи.

Състоянието на транспорта има пряко отражение върху всички посочени проблеми, а резултатът е, че много територии са в критично състояние. Влиянието върху транспорта е реципрочно, но за излизането от този омагьосан кръг държавата трябва да се превърне в активен социален, организационен и дори икономически субект, а развитието на транспорта – в един от основните приоритети.

Търсене и предлагане на транспортни услуги

Търсенето и предлагането на транспортни услуги е в пряка зависимост от състоянието на икономиката, външнотърговския обмен и транзитните товарни и пътнически потоци.

Търсенето на транспортни услуги в сравнение с 1990 г. във вътрешността на страната е 6 пъти по-малко: през 1990 г. във вътрешно съобщение са превозени 900 млн. т, а през 2 000 г. 133 млн. т. Почти 100% от вътрешния превоз на товари се извършва със сухопътен транспорт, като обемите, транспортирани по р. Дунав, са около 800 хил. т годишно. През последните 3 години разпределението по видове транспорт остава постоянно – около 88% за автомобилния и около 12% за железопътния транспорт. Последният вози предимно тежки товари на дълги разстояния, поради което по показателя “извършена работа” той е доминиращ с дял около 54%.

Предлагането на транспортни услуги е в зависимост от редица специфични за отрасъла фактори. Един от най-важните от тях е състоянието на инфраструктурата, транспортните средства, на товарните и пътническите оператори, организацията за осигуряване на комбинирани превози и т.н. **Посочените фактори ще бъдат анализирани по-подробно в друг раздел, а тук ще бъде посочена само тяхната роля за определянето на приоритетите за развитие.**

Железопътната инфраструктура изостава значително в технологично отношение. Ограничените средства за поддържане и реконструкция са причина за лошото състояние на железния път и ограниченията на скоростта на близо $\frac{3}{4}$ от железопътната мрежа. Към сегашния момент капацитетът на железопътната мрежа на страната е около 28 000 хил. влак-км за товарни и 35 000 хил. влак-км за пътнически превози, като планиран за използване е около половината от него – съответно 12 000 хил. и 25 000 влак-км. Това даде основание за оценките, че е налице по-голям капацитет от необходимото.

Трябва обаче да се има предвид, че причините, поради които наличният капацитет не се използва, са не само недостатъчното търсене, но

и ниското качество на предлаганата услуга – например средна скорост за превоз на товари под 50 км в час и много по-дълъг срок на доставка в сравнение с автомобилния транспорт. Това е съчетано с липсата на съобразена с европейските практики политика за регулиране на транспортния пазар. В този контекст могат да се прибавят и фактори като ефективност на управлението на железопътния транспорт, необосновано прилагане на “стопроцентови” пазарни принципи без преходен период и др.

Пътната инфраструктура – качеството на предлагания продукт е незадоволително, отчитайки преди всичко състоянието на пътната мрежа и недостатъчно развитата мрежа от автомагистрали.

Пристанищната инфраструктура е развита, но предстои да бъде модернизирана. Голяма част от пристанищните съоръжения са построени в началото на миналия век. Недостатъчните инвестиции през последните 15-20 години налагат необходимостта от ускорена модернизация и значителни инвестиции за тяхното привеждане към европейските стандарти.

Летищата на този етап са достатъчно на брой, но тяхната модернизация също е наложителна.

Комбинираният транспорт се осъществява на базата на споразумението AGTC за комбиниран транспорт. В него са включени железопътният, автомобилният, речният и морският транспорт. Този вид транспорт се базира на развитието мрежата от логистични терминали, която е сравнително слабо развита. Необходимо е разработването на цялостна програма за неговото ускорено развитие.

Състоянието на товарните и пътническите оператори има решаващо значение за бъдещето на транспортния отрасъл. За ефективната им работа трябва да се решат редица въпроси, свързани с техния статут, отношенията им с държавата, повишаването на ефективността на управлението, квалификацията на персонала и особено подобряването на състоянието на транспортните средства.

Съдържанието на един комплексен анализ не се изчерпва с посочените фактори. *Важно значения имат и: държавната политика за субсидиране; ясното определяне на социалните функции на транспорта и ролята на държавата, гарантирана чрез сключване на договори с операторите за осигуряване на задължителните обществени транспортни услуги; определянето на инфраструктурните такси в съответствие с предлаганото качество на инфраструктурата и реалното в икономическо изражение използване на инфраструктурата.*

В интегриран вариант и подредени по важност основните фактори могат да бъдат представени и по следния начин:

1. Политически фактори.

- световна политика и характера на процесите на икономическа, политическа, социална, културна и т.н. глобализация;
- политика на ЕС за регулиране на развитието по отрасли и преди всичко в областта на транспорта;
- държавната политика за развитие на транспорта.

2. Икономически, социални и културни фактори.

- тенденции и очаквана динамика за изменение на БВП; перспективи за развитие на производството в отраслов разрез;

- продуктова структура и свързаните с това потребности от транспорт;
- тенденции за промяна на външнотърговския обмен по основни групи стоки за производство и потребление;
- отраслова и териториална структура на производството и свързаните с това транспортни връзки за обмен на суровини, материали и други стоки за производство и потребление;
- очаквано в границите на анализирания стратегическа перспектива повишаване на качеството на живот и повишаване мобилността на населението;
- очаквания за търсене на транспортни услуги, свързани с повишени изисквания за качество, промяна на социалните и културните потребности, движението на работната сила и др.

3. Фактори с пряко влияние, в т. ч.:

- производствено-технологична среда, обслужваща транспорта;
- структурна политика за регулиране на развитието на видовете транспорт;
- конкурентност на транспорта на регионално, европейско и световно равнище и по видове транспорт;
- пазарен дял в националната икономика и пазарен дял за различните видове транспорт, сравнени по този показател с европейските страни;
- капацитет и продуктивност и обобщени финансови показатели общо и по видове транспорт;
- състояние и алтернативи за развитие на транспортните технологии;
- съпоставимост на технологичното равнище на транспорта с останалите отрасли по видове транспорт и качество на транспортния продукт в съответствие с потребностите;
- иновационна креативност и управленска култура на персонала;
- състояние, ефективност, възможности за поддържане и обновяване на транспортната инфраструктура;
- равнище на хармонизация и интеграция с европейската транспортна система;
- състояние и необходимост от развитие на транспортната наука;
- административен, научноизследователски и консултантски капацитет за стратегическо планиране, управление на проекти, оптимизиране на управлението и иновации във всички направления;
- състояние на инвестиционната политика, инвестиционните източници и алтернативи за осигуряване на необходимите инвестиции;
- социална, образователна и квалификационна политика и потребности за промяна в съответствие със стратегическите направления за развитие.

Научнообоснованото изследване трябва задължително да е съобразено с комплекса от фактори за получаване на изчерпателна

информация при разработването на стратегическия проект за развитие на транспорта. Изборът на най-съществените фактори се прави според конкретния обект (вид транспорт или процес) и целта на задачата за анализ и проектиране.

Стратегическото планиране на транспорта като цяло е изключително сложна задача. За целта могат да се ползват голям брой научни и методически разработки. Проблемът е, че прилагането на различни подходи и методики (с анализ на различни фактори) за отделните равнища и елементи на транспорта, разглеждан като единна система, не разкрива обективно проблемната ситуация, а взетите решения са секторни и противоречиви.⁹

В най-обобщен вид проектът трябва да е разработен в следните направления:

комплексен анализ на проблемната ситуация относно състоянието на транспорта, както и на възможностите да обслужва потребностите от транспорт според съвременните критерии за качество и в съответствие с динамиката на нарастване на потребностите в хоризонт минимум 15-20 години. При анализа и моделирането, също в стратегически аспект, трябва да се отчита комплексното влияние на всички фактори и на тази основа да се решават и останалите задачи;

ясно дефиниране на стратегическите, тактическите и оперативните цели за развитие на всички елементи на системата, определяне на основата на изследване, анализ и съгласуване на бъдещото състояние на транспорта; съответствие на необходимите транспортни услуги със стратегиите или поне с очакваните обективни тенденции за развитие на останалите отрасли и другите обществени структури;

анализ и разработване на функционалната структура на транспорта като цяло и по видове транспорт. Функционалната структура следва да съответства както на предварително определените цели, така и на функционалните особености на превозите с необходимите за това транспортни средства и технологии;

разработване на принципни индикативни проекти за производствените и организационно-управленските структури на транспортните организации и за функционалната роля на видовете транспорт в единната транспортна система. Тази задача трябва да се реши на базата на **изчерпателно описване на структурата на транспортните услуги и динамиката на тяхното развитие в стратегическа проекция;**

разработване на пакет от взаимно обвързани регулатори (закони, стандарти, правилници и др.), чрез които да се уреждат отношенията между транспортните организации, между тях и потребителите на транспортни услуги и да се укаже ролята на държавата. В тази част от стратегическия проект трябва да се решат и проблемите за стимулите и ограниченията, чрез които могат да се реализират стратегическите направления за развитие, както и редица въпроси, свързани със социалната функция на транспорта, неговата екологичност, ресурсоемкост в национален мащаб, стандарти за

⁹ Един от възможните по-подробно описани варианти за прилагане на системно-ситуационния подход е представен в Радков, Й. Мениджмънт – наука и практика.

качество на транспортната услуга, внедряване на съвременни транспортни технологии и др.;

разработване на основните стратегически направления за технологично обновяване на транспорта и управлението на ресурси, вкл. осигуряване на инвестиции за реализация на стратегията и др. Съдържанието на проекта трябва да бъде съобразено с решенията на Европейската комисия и европейските стандарти, но и с националните потребности. На тази основа се разработват комплексни проекти за бъдещото състояние на транспорта и програми за тяхната реализация.

4. Състояние и приоритети за развитието на транспортния отрасъл¹⁰

4.1. Общо състояние на транспортния отрасъл¹¹

Процесите в българската икономика в периода на икономическа трансформация и реструктуриране на собствеността след 1989 г. имат пряко влияние върху brutната добавена стойност (БДС) от транспорта. След поредния спад през 1998 г. се очерта тенденция към постепенен растеж на БДС в отрасъла. През 2002 г. той достигна 7.5% – значително по-голям от общото нарастване за страната (4.7%).

В края на 2003 г. отрасълът осигурява заетост на около 112 000 човека. Заетостта е сравнително равномерно разпределена между железопътния (31.6% от общата заетост), автомобилния и тръбопроводния транспорт (29.7%) и спомагателните дейности в транспорта (30.9%, в т.ч. дейността на туристическите агенции). Делът на морския и въздушния транспорт е общо 7.8%. Спадът на наетите лица обхваща основно въздушния и железопътния транспорт. В последния той е от над 84 000 наети през 1990 г. до под 33 000 за 2003 г.

Важно е да се отбележи, че дори и в периоди на най-голяма криза делът на транспорта е относително стабилен спрямо другите отрасли. С това се потвърждават направените изводи, първо, че транспортът е приоритетен структуроопределящ отрасъл и, второ, че изпреварващото му развитие е обективна необходимост, защото

¹⁰ Трябва да се подчертае, че развитието на транспорта и съответно извеждането на приоритетите на основа на всеобхватен анализ е обемиста задача, която може да се реализира при разработване на стратегия и програма от специализиран екип. Във връзка с това посочените приоритети са изведени като задължително условие за успешно решение на очертаните проблеми на транспорта. Същевременно те са отражение на цитираните документи, в които се определя европейската транспортна политика и с които трябва да се съгласува транспортната политика на България. При разработване на стратегия за развитие на отрасъла приоритетите трябва да бъдат систематизирани и разположени във времето в съответствие с възможностите за ресурсно осигуряване, стратегиите за развитие на останалите отрасли и в рамките на единната транспортна политика. Извеждането на приоритетите на този етап обаче има важно методологическо значение, като пример за тяхното комплексно обхващане съобразно с посочените фактори и за преодоляване на секторния подход при разработване на стратегиите, който се прилага на всички равнища.

¹¹ Всички цитирани статистически данни са взети и преработени за целите на изследването от разработки, доклади, отчети и др. на Министерството на транспорта и съобщенията, правилници за устройството и дейността, годишни отчети и доклади на изпълните агенции по видове транспорт и статистическите годишници.

всяко изоставане има отрицателно влияние върху останалите отрасли.

За съжаление транспортната система в България е в дълготрайна икономическа, структурна и технологична криза. Наблюдава се все по-лошо техническо състояние на транспортните средства и изоставане в развитието на транспортната инфраструктура. Тенденцията към намаляване на превозите след 1990 г. и съкращаването на инвестициите доведе до влошаването на общото състояние на транспорта.

За този период търсенето на транспортни услуги във вътрешността на страната спадна средно за различните видове транспорт от 5 до 7 пъти. Това беше зле разбрано основание за неправилни управленски решения, които следваха логиката, че транспортната система има по-голям (от необходимия) капацитет и неговото развитие е гарантирано без активното участие на държавата. Междувременно намаляването на превозите обективно доведе до липса на средства, в резултат от което за периода след 1990 г. транспортните организации се декапитализираха, а над 80% от транспортните средства остаряха физически и изостанаха в техническо отношение.

Транспортният процес се осъществява със стари транспортни технологии и схеми и при лошо поддържане на съществуващата инфраструктура. Оказа се, че управленската философия "да се действа постфактум" бързо превърна "големия" капацитет на транспортните организации във фиктивен, особено като качество. Това се отнася за вътрешните транспортни услуги и най-вече за международните, където изоставането е многократно по-голямо.

Най-съществените проблеми са в следните основни направления: изоставане в реструктурирането: остарели подходи и методи за управление; липса на съгласуваност и координация между видовете транспорт и на единна национална транспортна политика; неефективна държавна политика за стратегическо планиране, финансиране на транспортната инфраструктура, модернизация на транспортните средства и внедряване на съвременни интегрирани транспортни технологии; забавяне на нормативното и организационното уреждане на процесите, свързани с търговската ориентация на транспортните организации и тяхната интеграция в европейската транспортна система.

Както беше подчертано, транспортът има решаващо значение за икономическото и социалното развитие на страната, като осигурява качествени транспортни услуги, подпомага устойчивото развитие на останалите социални, икономически и регионални структури и ускорява европейската интеграция на страната. По тази причина стратегическото планиране е задължително условие за осигуряване на модерен и ефективен транспорт, съответстващ на динамично променящите се национални и международни условия и потребности. В рамките на това изследване е възможно да бъдат очертани само приоритетните задачи и основните направления за развитие, от които в най-голяма степен зависят посочените качества на транспорта.

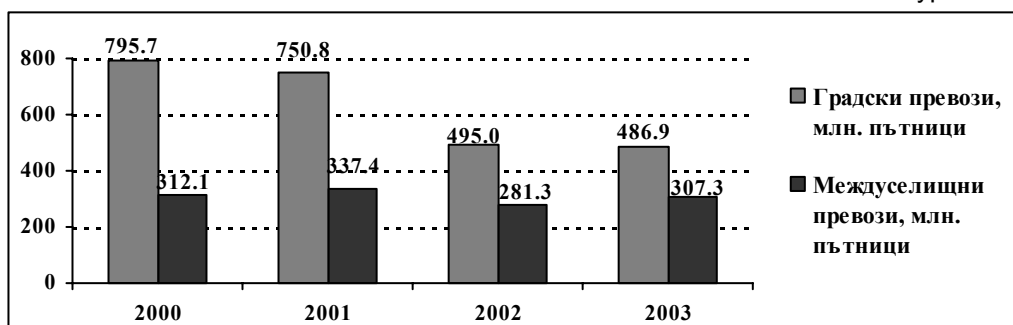
4.2. Състояние, основни приоритети и задачи за развитие по видове транспорт

Автомобилен транспорт

Автомобилният транспорт е единственият динамично развиващ се транспорт през последните десет години. Обемът на превозените товари и извършената работа от него през 2002 г. е 140.2 м. т, вкл. вътрешни превози 135.5 и международни 5 м. т.

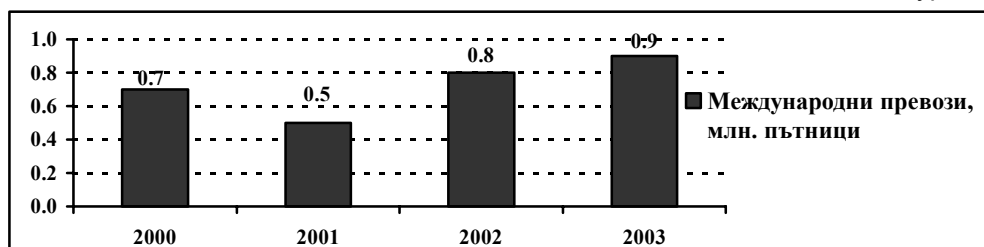
На фиг. 1 и 2 са поместени данни за превозените пътници от градския и междуселищния и съответно от международния автомобилен транспорт. Данните преди 2000 г. са по старата отраслова структура, според която автомобилният пътнически транспорт включва в една отраслова група междуселищните и международните превози и затова за базова година е взета 2000 г.

Фигура 1



Източник: Национален статистически институт

Фигура 2



Източник: Национален статистически институт

От 2000 г. до края на разглеждания период има ясно очертана тенденция към спад в градския пътнически транспорт, което се дължи на намаляващите възможности на населението. При междуселищните превози няма определена тенденция към спад или увеличение в трафика.

Позицията относно "положителните тенденции" за развитието на автомобилния транспорт трябва да се разглежда в контекста на сравнението му с останалите видове транспорт. Във връзка с това нерешените проблеми тук са все още големи. По-важните от тях са:

- Увеличението на транспортните средства е за сметка на качеството, внесените автомобили през последните десет

години са предимно втора употреба. Този факт в бъдеще води до сериозни екологични последици.

- Механизмите за управление на безопасността на движението са неефективни. Броят на жертвите от ПТП е един от най-високите в Европа.
- Ниско е качеството на услугите с обществения пътнически транспорт.
- Липсва координация между автомобилните превози при осъществяване на междуселищния транспорт. Това се отнася и за транспортните връзки с останалите видове транспорт, което е основна пречка за развитие на комбинираните превози.
- Автомобилната администрация е неефективна – обслужва изключително централизиран и бюрократизиран разрешителен режим.

Основните причини за посочените проблеми са свързани с неефективното управление на всички равнища и преди всичко с липсата на национална стратегия за развитие на автомобилния транспорт.

Стратегическите приоритети са:

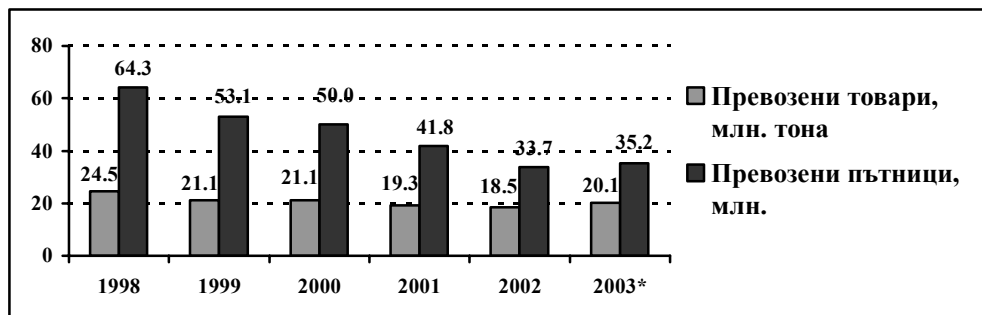
- Разработване на национална стратегия и усъвършенстване на нормативната база за:
 - ⇒ ефективността и качеството на услугите от автомобилния транспорт;
 - ⇒ подобрене на техническото състояние на превозните средства;
 - ⇒ повишаване на безопасността на превозите;
 - ⇒ спазване на екологичните стандарти и др.
- Поставяне на обществения транспорт в услуга на населението на приемлива социална цена, в т. ч.:
 - ⇒ подобряване на транспорта в малките и средните селищни системи;
 - ⇒ осигуряване на достъпен транспорт за всички потребители и населени места.
- Повишаване ефективността на автомобилната администрация чрез:
 - ⇒ повишаване на управленската култура;
 - ⇒ усъвършенстване на информационното обслужване;
 - ⇒ намаляване на бюрокрацията, особено при обслужване, свързано с разрешителните и регистрационни режими.

Железопътен транспорт

Бързата либерализация на транспортния пазар и реструктурирането на икономиката са основен фактор за постоянната тенденция към намаляване на железопътните превози и загуба на пазарния дял на този вид транспорт.

На фиг. 3 е представена превозната дейност на железниците по видове превози – товарни и пътнически.

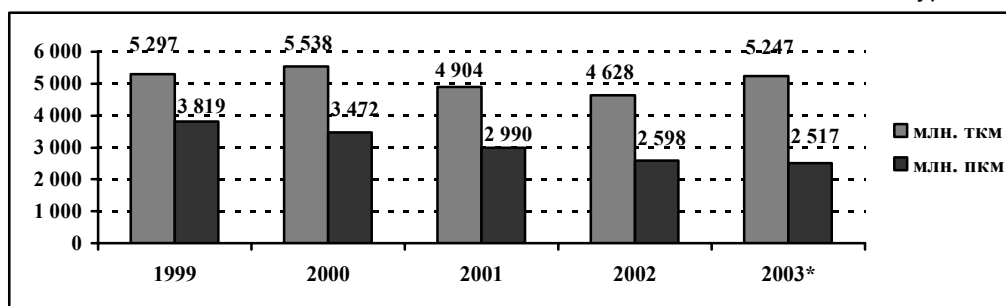
Фигура 3



Източник: Национален статистически институт.

Фиг. 4 съдържа данни за извършената работа от товарния и пътническия железопътен транспорт.

Фигура 4



Източник: Национален статистически институт.

През 2003 г. превозените товари по българските железници достигнаха под 20 млн. тона. Драстичният спад в обема на превозите спрямо 1988 г. (над 90 млн. т), е в резултат от промяната на икономическите фактори, но преди всичко се дължи на неефективното управление. Поради тенденциите в обема на превозите и управленските подходи за пренебрегване на ролята на железопътния транспорт бяха наложени промени в технологията на работа и съответно съкращаване на парка от товарни вагони за обслужване намалялото търсене на товарни транспортни услуги. При 41 430 вагона през 1990 г. през 1999 г. паркът е почти наполовина – 25 124 вагона, а в момента вагоните на БДЖ в експлоатация възлизат на 13 695. За периода 1990 – 1998 г. са построени само 1273 товарни вагона, преобладаващата част от които през първите две години на посочения период.

Участието на железопътния транспорт в разпределението на транспортния пазар в европейските страни намаля от 11.9% през 1990 г. на 5.6% през 1999 г. Силно ограничените възможности за повишаване ефективността на пътническите превози и липсата на средства доведоха до влошаване техническото състояние на пътническия вагонен парк и съоръженията и ниско качество на предлаганите железопътни услуги във вътрешно и международно съобщение. Честотата и скоростите на движение

на влаковете са неконкурентни спрямо тези на автобусния транспорт (средната маршрутна скорост се понижи от 52.6 км/ч през 1995 г. на 49.6 км/ч през 2001 г., като особено намаляха скоростите на експресните и бързите влакове). През последните две години общата стагнация на пазара на пътническите превози и финансовото състояние на "БДЖ" ЕАД наложиха снемането на голям брой влакове (265 влака през 2000 г., още 115 през 2002 г. и 93 през 2004 г.), което доведе до влошаване схемата за обслужване и съответно показателите на графика за движение на влаковете по редица участъци от железопътната мрежа.

От наличните 1542 пътнически вагона 68.71% са произведени преди повече от 20 години. Тази възраст е пределна за физическата и моралната амортизация. Практически БДЖ не разполага с вагони, които да отговарят на критериите за качество на европейските страни. Ако не се пристъпи в най-кратки срокове към обновяване и модернизация на пътническия вагонен парк, БДЖ няма да може да изпълнява функциите си на основен превозвач във вътрешно и международно съобщение.

Стратегически приоритети

Приоритетните задачи за развитие на железопътния транспорт са свързани с преодоляване на посочените в краткия анализ проблеми. Наред с тях най-общо могат да се посочат и следните приоритети:

- спиране на отрицателните процеси, свързани с намаляване дела на железопътния транспорт в националната транспортна система;
- ускорено развитие на основата на нова иновационна политика за цялостно технологично реструктуриране;
- цялостно подобряване на качеството на транспортните услуги;
- производствено и организационно хармонизиране с европейската железопътна мрежа, активно участие в работата на европейските транспортни организации;
- повишаване ролята на държавата за ускорено развитие на жп транспорта в съответствие с практиката на развитите европейски страни, където държавните субсидии са между 35 и 54% за различните държави и активна икономическа позиция за регулиране на дела на превозите между отделните видове транспорт.
- завършване на процеса по институционално структуриране на органите за управление и координация между НК "ЖИ" и железопътните превозвачи; усъвършенстване на системите за управление и организационно реструктуриране на цялата система за управление, в т. ч.:
 - ⇒ разработване на проект за създаване на консорциум между пътнически и товарни превози;
 - ⇒ организационно и кадрово укрепване на централните управления и координацията между регионалните управления;
 - ⇒ привеждане на териториално разпределение на производствените и управленските структури в съответствие със стратегическите перспективи за промяна на потребностите от транспорт;

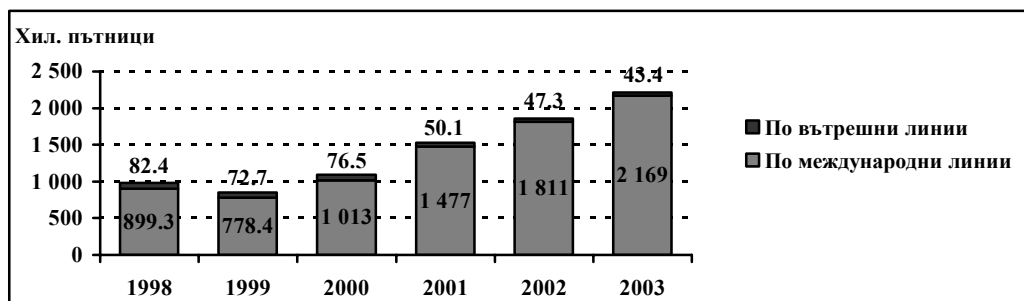
⇒ приоритетно решение на най-важните управленски проблеми, в т. ч.:

- * възстановяване на технико-икономическото планиране на всички равнища;
- * разработване и внедряване на нови транспортни технологии и преди всичко комбинирани, ускорени, интермодални и други вътрешни и международни превози.
- * развитие на маркетинговата дейност на инфраструктурната компания и превозвача;
- * оптимизация формите на управление на собствеността;
- * утвърждаване и разширяване на пазарните принципи в съответствие със спецификата на този вид транспорт;
- * подобряване на качеството на изпълнителските и ръководните кадри;
- * възстановяване на научното обслужване на железопътния транспорт;
- * пълноценно използване на наличния научния потенциал в университетите и другите институти за подобряване на иновационната дейност.

Въздушен транспорт

На фиг. 5 е представен пътническия трафик на двете черноморски летища – Варна и Бургас за периода 1998-2003 г., като са включени данни за обработените пътници по вътрешни и международни линии.

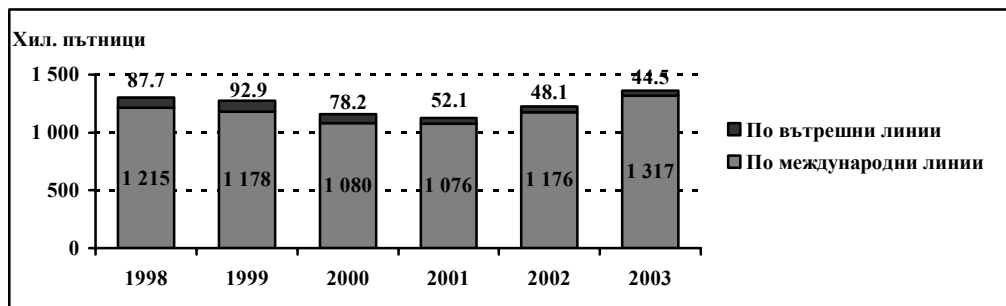
Фигура 5



След спад в пътническите превози през 1999 г. се наблюдава ясно изразена тенденция към увеличение на пътниците, преминали през летище Варна и летище Бургас. Очевидно този ръст на пътниците с въздушен транспорт е резултат от развитието на туризма.

На фиг. 6 е показан пътническият трафик по останалите летища – София, Пловдив и Горна Оряховица.

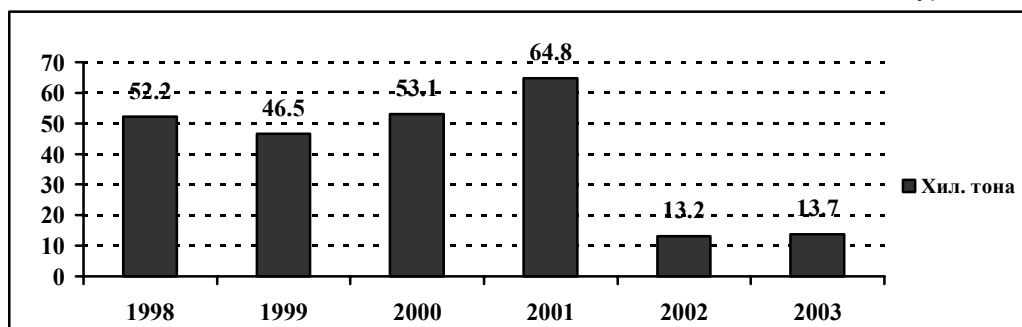
Фигура 6



Пътническият трафик по международни линии намалява през периода от 1998 до 2001 г., но през последните две години се наблюдава увеличение. Тенденция към намаление на трафика има и при вътрешните съобщения – тя започва от 1999 г. и продължава до края на разглеждания период.

На фиг. 7 е представен обемът на товарите, обработени от българските летища за периода 1998-2003 г.

Фигура 7



След спада в обема на обработените товари през 1999 г. се наблюдава тенденция към увеличение, която е само през следващите две години (2000 г. и 2001 г.). Новият спад през 2002 и 2003 г. показва, че товарооборотът е непостоянен.

Данните сочат, че намалението е резултат и от неефективно управление на въздушния транспорт. България губи голяма част от международните товари, но също и товарите от български товародатели, а равнищата, които се задържат, са в условия на повишен пазарен риск. След ликвидирането на авиокомпания "Балкан" гражданската авиация остана без сериозна ремонтно-техническа база, което ще има пагубни последици в бъдеще.

За развитието на този вид транспорт е необходимо да се решат следните стратегически задачи:

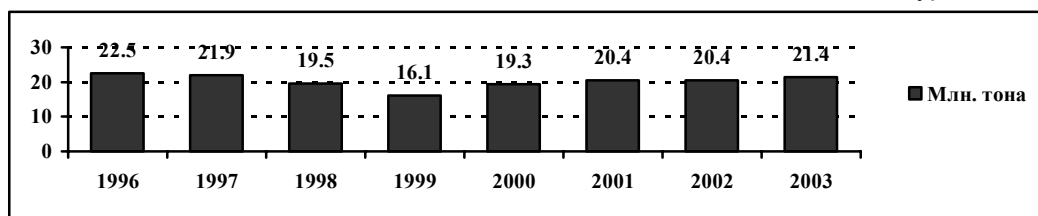
- възстановяване на международните пазарни позиции и разширяване на кръга на българските потребители, които да имат достъп до българските авиокомпани;

- продължаване на процеса на хармонизацията на нормативната уредба с европейското законодателство в следните основни направления: осигуряване на условия, гарантиращи пълно преминаване към търговските, екологичните, техническите изисквания и стандарти за поддържане и безаварийност и другите условия в областта на въздушния транспорт.
- цялостно усъвършенстване на системата за управление, стратегическо планиране и актуализация на ролята на държавата за развитие на въздушния транспорт.

Воден транспорт

На фиг. 8 е представен обема на обработените товари от българските морски пристанища (без фериботните превози) за периода 1996-2003 г.

Фигура 8

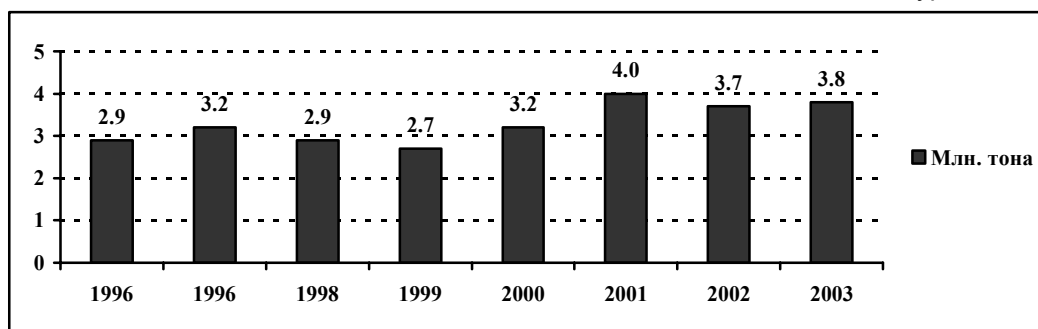


Източник: Министерство на транспорта и съобщенията, ИА Пристанищна администрация.

След спада през 1999 г. се наблюдава растеж в обема на обработените товари, които достигат 21.4 млн. т през 2003 г., но са под равнищата от 1996г.

На фиг. 9 са показани обработените товари от българските речни пристанища (без фериботните превози).

Фигура 9



Източник: Министерство на транспорта и съобщенията, ИА Пристанищна администрация.

При речните пристанища е налице слаба тенденция към нарастване на обема на обработените товари, но сравнението с периода до 1990 г. показва, че потенциалните възможности са много по-големи.

Параходство "Български морски флот" ("БМФ") е еднолично акционерно дружество. Едноличен собственик на капитала на дружеството е Министерството на транспорта и съобщенията. Корабите са със средна

възраст над 22 години, което се отразява върху разходите за тяхната поддръжка и ремонти и съответно върху реализираните приходи и възможностите за развитие. Налице е тенденция към съкращаване състава на флота, респ. превозната възможност на дружеството. Като цяло броят и тонажът на наличния флот намалява поради бракуване или продажба на морално и физически остарели кораби. От 2000 г. дружеството не е получавало нови кораби в състава си, а са бракувани/продадени 19 бр. с общ тонаж 320 861 DWT.

Строителството на нови кораби е възстановено през 2004 г., но темповете на възстановяване са бавни, което ще запази тенденцията към намаляване на пазарния дял на международните пазари.

Разработването на стратегическа програма е приоритетна задача с акцент върху структурната политика и основните направления за развитие на водния транспорт. Приоритетните проблеми са:

- реконструкция и модернизация на пристанищата и обновяване на транспортните средства;
- внедряване на съвременни средства за навигация и управление на безопасността на корабоплаването и на съвременни логистични и информационни системи;
- интегриране на водния и сухопътния транспорт в интермодални транспортни вериги.

В организационно нормативно отношение най-важните задачи са:

- подобряване на административния капацитет;
- усъвършенстване на управлението;
- подобряване качеството на кадрите и създаване на благоприятна икономическа среда за осигуряване на динамично развитие.

Комбиниран транспорт

Развитието на комбинираните превози е дългосрочна цел. То се обуславя преди всичко от възможността за ефективно съчетаване и използване предимствата на отделните видове транспорт при извършването на превози. Развитието на комбинираните превози се налага и от търсенето на нови възможности за успешното решаване на транспортните проблеми, свързани нарастването на пътнотранспортните произшествия, замърсяването на околната среда, голямото потребление на течни горива и т.н., както и за обслужване на потребителите на транспортни услуги от "от врата до врата".

Успешното развитие на комбинираните превози в България е свързано с:

- разработване на принципно нова нормативна база за стимулиране на развитието на комбинираните превози в съответствие с европейските стандарти;
- въвеждане на улеснения за транспортните организации и движението на транспортните средства, участващи в комбиниран превоз;
- сключване на междуведомствени и междуправителствени споразумения за подкрепа на комбинираните превози;

- административни и икономически улеснения при осигуряването на необходимите превозни средства, товаро-разтоварни и други съоръжения, свързани с комбинираните превози;
- въвеждане на единен подход за определяне на инфраструктурните такси за железопътния и автомобилния транспорт.

5. Състояние и приоритети за развитие на транспортната инфраструктура

Железопътна инфраструктура

Железопътните линии в по-голямата си част са строени с геометрични параметри, долно строене и съоръжения за скорости до 100 км/час. Удвоените през последните 20-30 години участъци от тях също са с ограничени скорости поради геометричните им параметри. Състоянието на долното строене (земно платно, насипите и изкопите), съоръженията и коловозното развитие в гарите също е остаряло в технологично и физическо отношение.

Освен железния път в железопътната инфраструктура са включени: 843 бр. прелези; 148 тунела с обща дължина 44 934 м по нормалните линии и 41 тунела по теснопътните ж.п. линии; 979 ж.п. мостове; над 8000 стрелки. От тези съоръжения през последните десет години са подновени 18.6%, в т.ч. 806 км железен път, и е извършен среден ремонт на 790 км главни и на 41 км второстепенни линии.

Липсата на национална стратегия за развитие и управленският хаос задълбочават кризата – за последен път стрелки са доставяни през 1992 г., темп, при който са необходими над 100 години за подмяна; от нужните за поддръжка дървени траверси се доставят едва около 25-30% годишно; контактната мрежа е монтирана за скорости от 120 до 160 км/час, но не може да бъде използвана ефективно.

Основната част от осигурителната, телекомуникационната техника и електроснабдяването е въведена в експлоатация в периода 1965 – 1985 г., а след 1990 г. отделените средства за подмяна и модернизация са минимални. В особено тежко състояние са участъците София-Карлово, гарите Мездра, Синдел, Илиянци и др. (въвеждани в експлоатация преди 1965 г.), както и магистралните телекомуникации София-Карлово-Бургас и София-Видин.

Паркът от специализирани машини за поддръжка и контрол на съоръженията и устройствата за контактната мрежа, сигнализация и телекомуникация е физически и морално остарял.

Инфраструктура на пътищата

Към 31.12.2003 г. общата дължина на пътната мрежа в България е над 37.3 хил. км, от които републиканските пътища са 19 264.8 км., както следва: автомагистрали 328.2 км, пътища I клас – 2960.7 км, пътища II клас – 4011.9 км, пътища III клас – 11729.9 км, пътни връзки на пътни възли – 234.1 км. Останалите над 18 хил. км са местни пътища. Допълнително уличната мрежа в населените места е с дължина над 60 хил. км.

Класификацията на републиканските пътища е на административен признак и не отчита нито техническите характеристики на пътя, нито интензивността на движението с изключение на автомагистралите. В този смисъл главната пътна мрежа на страната, т.е. пътищата с най-интензивен трафик, включва автомагистралите и част от първокласните, второкласните и дори третокласните пътища.

Общата гъстота на цялата автомобилна пътна мрежа е 0.33 км^2 , което е по-ниско от средното в ЕС (15) – около 0.51 км^2 . По гъстота на републиканската пътна мрежа (0.171 км/км) България изпреварва както средните показатели за ЕС (15) от 0.09 км^2 , така и тези на всички “нови” страни-членки с изключение на Унгария и Чехия, но изостава значително по гъстота на автомагистралната мрежа. Отчитайки факта, че около 40% от територията ни е планинска и следователно слабо населена, като цяло гъстотата на пътната мрежа е достатъчна. Сега 12 селища все още не са свързани с пътната система (61.2 км).

Покритието на националната територия с автомагистрали, четири- и трилентови пътища е неравномерно. Особено лошо е състоянието по дунавското крайбрежие и районите, разположени между паневропейските коридори IV и IX. Поради слабата система за управление републиканската пътна мрежа е далеч под стандартите за качествен транспорт: в добро състояние са 6211.5 км (32.8%); в средно – 5728.8 км (30.2%) и в лошо – 7016.2 км (37.0%).

Пътната мрежа като цяло е по-скоро затворена за директен достъп със съседните страни. В момента функционират 23 ГКПП, открити за автомобилен трафик, като невсички от тях са включени в системата TIR за митническо покритие на превозваните стоки. Недостатъчна е и мрежата от обходни пътища, поради което автомобилният трафик минава през голям брой населени места. Друг проблем е необходимостта, за повишаване носимоспособността на пътната настилка на 11.5 т/ос по основните направления на международния транспорт съгласно поетите от страната ангажименти.

Пристанищна инфраструктура

Голямата част от пристанищните съоръжения също са построени в началото на миналия век, което дава отражение върху тяхното техническо състояние и на технологичните им възможности. Лошото поддържане на пристанищната инфраструктура доведе до необходимостта от неотложни действия и значителни инвестиции за нейното възстановяване и обновяване. Причината за това отново е управлението без единна национална стратегия за развитие на транспорта.

Летищна инфраструктура

България разполага с пет международни граждански летища – София, Варна, Бургас, Пловдив и Горна Оряховица, и около 150 летателни площадки за нуждите на селскостопанската авиация. Освен тях са изградени още три граждански летища (Видин, Търговище и Силистра) за вътрешен пътнически и международен товарен трафик. Летищата край Русе и Стара Загора са със

статут на съвместно ползване с Министерството на отбраната, но те са затворени за граждански полети. Всички международни летища са с по една писта за излитане и кацане, с възможност да обслужват самолети код "D", а в Бургас – код "E", оборудвани са със съвременни навигационни системи, позволяващи опериране в метеорологични условия CAT I, а в София – CAT II.

Описаната инфраструктура е в лошо състояние. Това затруднява привличането на нови превозвачи, въвеждането на нови маршрути и разработването на трафик-потоци. Пътническите терминали имат ограничен капацитет и съоръжения, поради което не е възможно да се осигури комфорт, търговско обслужване и ефективност при обслужването. Ефективните мерки за безопасност, сигурност, паспортен и митнически контрол също се затрудняват от лошото състояние на инфраструктурата. Този проблем ще се изостри още повече при нарастване броя на пътниците. Стандартът и условията както на пътническите, така и на карго терминалите са под равнищата, препоръчани от Международната организация на гражданската авиация. Пътищата за достъп и паркингите за коли в обществената зона също са в лошо състояние и не могат да задоволят нуждите, дори и при сегашните снижени равнища на трафик. Състоянието на пистите и пероните е под необходимия стандарт.

Стратегическите приоритети за развитие на инфраструктурата са:

- Разработване на национална стратегия със следните най-важни задачи:
 - ⇒ разработване на генерален план за развитие на инфраструктурата и програма за приоритетно подобряване състоянието на инфраструктурата на транспортните коридори на територията на страната, които са част от паневропейската транспортна мрежа;
 - ⇒ модернизация и рехабилитация на цялата инфраструктура на базата на точно определени приоритети при спазване на условието за нейното изграждане в съответствие с развитието на останалите отрасли в национален и териториален аспект, международните превози и интеграцията с европейската транспортна система.
- Ускорено завършване на институционалното структуриране и усъвършенстване на управлението за развитие на транспортната инфраструктура в следните основни направления:
 - ⇒ развитие на административния капацитет за ефективно управление на дейностите по осигуряване на финансиране и управление на проектите и инвестициите;
 - ⇒ създаване на ефективна система за разработване, внедряване и контрол на стандартите за изграждане и подържане на инфраструктурата, възстановяване на мрежата по проектните параметри и създаване на единна информационна и статистическа база;

- ⇒ ускорено завършване на реструктурирането на компаниите, управляващи отделните видове инфраструктура, и създаване на национална агенция за управление на транспортната инфраструктура;
- ⇒ извършване на пълна преоценка на активите, оптимизация формите на управление на собствеността и стимулиране на разнообразието във формите на доходно управление на “излишната” инфраструктура;
- ⇒ създаване на междуетатствена национална комисиия за развитието на транспортната инфраструктура за:
 - * гарантиране на националната сигурност;
 - * отчитане на интересите на всички потребители на транспортни услуги;
 - * обединяване на икономическите възможности на националния бизнес, етатата и общините за ускорено изграждане на транспортната инфраструктура, съгласуване на стратегиите и програмите за нейното развитие и регулиране, координиране и контрол на инвестициите в съпътстващата инфраструктура – ж.п. и пътни връзки, паркинги, гаражи, хотели и зони за отдиш около транспортната структура, в т. ч. гари , летища, пътни и жп магистрали, пристанища и др.

Състояние и приоритети на превозвачите

През годините на прехода беше променена изцяло структурата на транспортните оператори. Голяма част от превозите, особено в автомобилния транспорт, се извършват от частни фирми, а в останалите видове транспорт се обособиха самостоятелни търговски дружества с етатствено участие.

В железопътния транспорт “БДЖ” ЕАД все още е монополист, за разлика от автомобилния, в който са лицензирани 2524 автомобилни фирми. Конкуренцията както между “БДЖ” ЕАД и автомобилните превозвачи, така и между автомобилните фирми е изключително голяма.

“БДЖ” ЕАД е акционерно дружество със 100% етатствена собственост, а автомобилните фирми са изцяло частни. Различна е и ресурсната обезпеченост на транспортните оператори. От 1990 г. насам товарният вагонен парк е намалял почти наполовина – 22925 вагона, като понастоящем в експлоатация влизат 13695. Анализът на вагонния парк, от гледна точка на възраст сега, обновяване и поддържане е далеч под оптималните норми за ефективно транспортно обслужване. В началото на 2005 г. са поръчани 25 дизелови мотриси, но с това се решават само част от проблемите на локалните пътнически превози. Особено остър е проблемът с липсата на специализирани вагони, в т. ч. за комбинирани и интермодални превози.

Характерна особеност на автомобилните превозвачи за товарен транспорт е техният голям брой. Посочените 2524 автомобилни фирми разполагат с автомобилен парк от 10362 товарни автомобили, или средно по 4.1 на превозвач. Това създава редица управленски проблеми, свързани с

координацията и контрола, и намалява ефективността на този вид транспорт в национален мащаб. Средната възраст на товарния автомобилен парк като цяло е висока, но темповете на неговото обновяване са по-добри от тези на вагонния и тяговия железопътен състав.

Основните товарни оператори на воден транспорт са параходство "Български морски флот" и параходство "Българско речно плаване". Средната възраст на корабите е над 26 години (само 16.5% са построени след 1990 г.), което се отразява отрицателно на разходите и съответно на приходите.

Пътнически транспортни услуги в страната и чужбина се предлагат от "БДЖ" ЕАД, 22 554 оператори на автобуси (за градски и междуградски превози), шест въздушни оператори. В сегмента на градските и крайградски превози има и редица (основно общински) фирми, предлагащи превоз с автобуси, тролейбуси, трамваи и метро. Регистрирани са и 4945 таксиметрови оператори с 30 509 таксиметрови автомобили, които, заедно с фирмите за микробусен транспорт обслужват предимно градските и крайградските пътнически пътувания.

Приоритетни задачи за развитие на транспортните оператори

Голяма част от проблемите са свързани със състоянието на инфраструктурата и адаптирането на превозвачите към новите условия. В този аспект е необходимо:

- стратегията за развитие да съответства на стандартите за осигуряване на качествен и безопасен транспорт;
- разработване на национална програма за приоритетно привличане на транспортните коридори в съответствие с Европейските стандарти за инфраструктура и внедряване на ISO 9000 за транспортните услуги;
- развитие на системите за проучване на потребностите от транспорт и вътрешния и международния маркетинг;
- коопериране на превозвачите за развитие на комбинираните превози и между страните от региона за въвеждане на единни критерии и стандарти за транспортно обслужване;
- актуализиране на нормативната база за отношенията между превозвачите и държавата с приоритетна задача сключване на договори за обществена услуга между държавата и търговските дружества, предоставящи транспортни услуги за общо ползване.

6. Стратегически приоритети и задачи за развитие на транспорта

Приоритетната задача, която трябва да се реши в най-кратки срокове, е разработването и обсъждането на национална стратегия за развитие на транспорта. Тя трябва да бъде ориентирана към решаване на следните основни проблеми: развитие на транспортната инфраструктура; модернизиране и обновяване на транспортния парк; усъвършенстване на управлението на всички равнища; подобряване на системите за ресурсно и преди всичко кадрово осигуряване и ускорена интеграция с единната европейска транспортна система.

Ще посочим само най-важните проблеми, които задължително трябва да станат част от националната стратегия:

- ясно дефиниране на потребностите, задълженията и критериите за транспортно обслужване на населението и икономиката за устойчиво развитие на обществения транспорт;
- разработване на стратегия и инвестиционна програма за развитие на националната транспортна инфраструктура до 2020 г., в т. ч. определяне на инфраструктурните обекти с национално и международно значение; разработване на стратегическа инвестиционна програма за реконструкция на съществуващата и строителство на нова инфраструктура;
- определяне на приоритетите и алтернативите за финансиране на: обновяването на транспортните средства и технологии; иновационната политика и цялостното технологично обновяване; усъвършенстване на управлението на всички равнища; стратегически приоритети, свързани с ускоряването на интеграцията с европейските структури;
- разработване на отделна програма (съгласувана със стратегията) за ускорена рехабилитация на основната транспортната инфраструктура и транспортните средства за подобряване на обслужването през междинните периоди до завършване на стратегическите проекти;
- разработване на пакет от нормативни документи, уреждащи ролята на държавата за регулиране на транспортните услуги и развитието на видовете транспорт при съобразяване със следните критерии: икономическа, екологична и социална ефективност в обществен мащаб; равнопоставеност на конкурентните условия между видовете транспорт; ускорена интеграция в европейските структури; конкретизиране на отношенията между държавата и транспортните организации и създаване на благоприятни условия за ползване на обществен транспорт от инвалиди, граждани с ниска покупателна способност или други групи със специален статут за ползване на транспортни услуги; усъвършенстване на системата за ценообразуване и компенсиране на социалните обществени превози; стимулиране при разработване и внедряване на съвременни транспортни технологии; усъвършенстване на режимите за достъп до пазара и на системите за достъп и използване на транспортната инфраструктура; повишаване на координацията между транспортните организации и държавните органи за управление за повишаване на качеството и безопасността на транспорта;
- разработване на комплекс от мерки за насърчаване на регионалната интеграция между видовете транспорт чрез координиране на разписанията между тях, стимулиране на развитието на най-подходящите за качествено обслужване видове транспорт;
- рационализиране на системата за управление на участието на България в европейските транспортни организации и

общоевропейските транспортни коридори, в т.ч. определяне на приоритетите, които осигуряват реализиране на максимални ползи от географското положение на страната; активна външна политика за осигуряване на ефективни транспортни връзки с всички потенциални партньори от ЕС и държави извън него за увеличаване на транзитния поток през България при отчитане на националните интереси;

- укрепване и развитие на административния и професионалния капацитет за: осигуряване на ефективно разработване и управление на проекти, осигуряващи динамично развитие и обновяване на транспорта; привличане на инвестиции, финансирани от международни финансови институции и фондове на ЕС; създаване на системи за усъвършенстване и развитие на кадровия потенциал и т.н.

Посочените основни задачи могат да се реализират успешно чрез следните организационни решения:

- изграждане на единна система (агенция) за управление на инвестициите в транспорта;
- създаване на междуетатна комисия на равнище Министерски съвет за качествено и количествено определяне на параметрите на транспортното обслужване на икономиката и населението и на разходите за тяхното осигуряване;
- формиране на програмни екипи за разработване стратегии и програми за развитие; внедряване на системи за комплексно транспортно обслужване и развитие на регионалния транспорт; планиране и управление на единната транспортна система, съгласувано с регионалното развитие и при тясно сътрудничество с областните и общинските власти;
- анализ на състоянието и изготвяне на програма за организационно и кадрово реструктуриране; възраждане и укрепване на отрасловата наука и нейното активно привличане за разработване и управление на проекти; обучение на персонала и цялостно технологично и организационно обновяване на транспорта.

Задача със самостоятелно значение е създаването на национална структура за изследване, анализ, индикативно моделиране и контрол на междуетатните връзки за осигуряване на ефективно стратегическо планиране на транспорта.

Анализът на състоянието и очертаните приоритети за развитие на транспорта са основа за по-нататъшна мащабна изследователска работа. Стратегическото планиране на развитието на транспорта в съответствие с комплекса от фактори и интеграцията в единната европейска транспортна система е обективна необходимост. На тази основа може да се вземат ефективни управленски решения за развитие на транспортния отрасъл, съответстващ на съвременните потребности.

Литература

1. Барбов Т. С. И. Д. Ламбев. Организация и управление на железопътния транспорт в България. С., Техника 1976.
2. Брешков, Ив. Управление на транспорта. С., изд. Стопанство, 1993.
3. Громов, Н., В. Персианов. Управление на транспорта. Москва, изд. Транспорт, 1990.
4. Василев, В. Управление на транспортни системи. С., Стопанство, 2004, с. 39.
5. Директиви на ЕС относно за транспортната политика, по видове транспорт.
6. Златев, В. Мениджмънт без граници. С., Стопанство, 1999.
7. Радков Й. Мениджмънт наука и практика. Мениджмънт Иновации, 2005г.
8. Информация за дейността на транспорта на Националния статистически институт.
9. Мирчев, А. Производствен мениджмънт. Варна, Princeps, 1996.
10. Латър, У. Стратегическото мислене. С., Лик, 2001.
11. Разработки, доклади, отчети и др. на Министерството на транспорта и съобщенията и правилници за устройството и дейността, годишни отчети и доклади на изпълните агенции по видове транспорт и статистическите годишници.
12. Тофлър А. Новата цивилизация. С., изд. Обсидиан, 1995.
13. Цанков, Ст. Ролята на транспорта за повишаване на общественото производство. С., Стопанство, 1994.
14. Strategic Management – Concepts and Cases, Thompson Strickland 4th edition, Homewood, Illinois, 1987, 60430.

ОТ ПРАКТИКА КЪМ ТЕОРИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ СЪВМЕСТНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Идентифицирани и анализирани са критико-оценъчно приносите и недостатъците на следните теории, подходи или модели, които се опитват да обяснят пост фактум създаващите се в практиката международни съвместни предприятия: 1) теория на транзакционните разходи и производните ѝ - 2) теория на интернализацията и 3) еkleктична теория на международното производство; 4) теория на стратегическото управление; 5) теория на ресурсната зависимост; 6) подход на организационното знание; 7) модел на интернационализацията на фирмата на Johanson, Vahlne и Wiedersheim-Paul (Модел Упсала); и 8) модел на връзката между алтернативните форми на чуждестранни инвестиции и жизнения цикъл на отраслите, в които се осъществяват тези форми (Модел на Auster).

От опитът да се сложи ред в причинения от липсата на обща теория на международните съвместни предприятия хаос от преобладаващо нормативни идеи, незадоволително дефинирани понятия и отношения между тях, както и на съществуващия "агрегационен проблем", в изследването се прави извода, че анализираните 8 теории, подходи и модели не са развити до състоянието, в което могат да бъдат приложени безрезервно при изследването на международните съвместни предприятия.

Изследването обаче приключва с предложение към бъдещите изследователи да използват теория на системите като координираща и мултидисциплинарна рамка за изследване на международните съвместни предприятия, поради принципа на изоморфизъм на теорията на системите, който позволява използваните понятия в дадена научна област да се трансферират в друга възприета като система научна област, която да бъде обяснена по най-реалистичния начин.

JEL: L24, F23, M2, B52, B59

Увод

Съвместните начинания от икономическо естество са толкова антични, колкото самата търговия, но от края на 70-те години на XX век в света започва да се наблюдава безпрецедентен растеж в броя на международните съвместни предприятия и другите форми на стратегически съюзи. Това води до квалифицирането на явлението в академичните изследвания, чийто глобален брой само за периода 1997-2001 г. в научните списания е 2425 (<http://www.alliancestrategy.com>), като "радикална промяна в организацията на продуктивната дейност на мултинационалните предприятия към междуетерни споразумения за съвместна дейност" (Ramanathan, Seth & Thomas, 1997: 51), "по-продуктивен начин за поддържане на фирмения

¹ Явор Марангозов е н. с. в секция "Икономика на фирмата", Икономически институт на БАН, тел: 8104038, факс: 9882108, e-mail: i.marangozov@iki.bas.bg.

растеж" (Ariño, de la Torre, Doz, Ring & Lorenzoni, 2002: 176), превръщане на тези гъвкави организационни структури в "правило вместо изключение" (James, 1985: 76) и в "стратегически императив за XXI век" (Pekar & Allio, 1994: 64).

В тези изследвания дори се твърди, че съвременният капитализъм е "капитализъм на съюзите" (Dunning, 1995: 466), основавайки се на следните данни: 1) според мултинационалната консултантска фирма Accenture стойността на стратегическите съюзи в целия свят през 2004 г. ще представлява между 25 и 40 трилиона щ. дол. (цитирана в Ariño, de la Torre, Doz, Ring & Lorenzoni, 2002: 213); 2) отново според Accenture всяка голяма американска фирма през 2002 г. участва средно в 30 стратегически съюза (цитирана в Ariño, de la Torre, Doz, Ring & Lorenzoni, 2002: 213), но пък някои от тези фирми, както и други големи неамерикански фирми, участват в стотици или хиляди стратегически съюзи, като например Oracle в около 15000 (Ariño, de la Torre, Doz, Ring & Lorenzoni, 2002: 213), IBM, Philips и Toyota в стотици (Dunning, 1995: 469); 3) според цитираните в Dunning (1995: 469) Freeman & Hagedoorn (1992) за периода 1980-1989 са създадени 4192 международни стратегически съюза, от които 90% са между фирми от Триада - Западна Европа, САЩ и Япония (Ohmae, 1986: 7), а от тях в 76.3% от случаите участват мултинационални предприятия и то от ежегодните класации Fortune 500 на списание Fortune; 4) според Harbison & Pekar (1998), цитирани в Ariño, de la Torre, Doz, Ring & Lorenzoni (2002: 213), само за периода 1995-1997 в световно измерение са формирани приблизително 20000 стратегически съюза; 5) в Китай до 1996 г. са учредени 283793 международни съвместни предприятия, чиито инвестиции възлизат на 469,3 милиарда щ. дол. (Kirby & Kaiser, 2003: 230).

От всички форми на международни стратегически съюзи, които по степен на създаване превишават 4 пъти създаването на изцяло притежавани чуждестранни филиали (Contractor & Lorange, 1988: 5), най-голямо разпространение имат международните съвместни предприятия. Техният брой от своя страна се е увеличил 10 пъти за периода 1980-1989 (Lynch, 1989: 7), а само степента на създаване на международни съвместни предприятия от фирмите на САЩ нараства средногодишно по 27% за периода 1985-1992 (Sherman, 1992: 47).

Нещо повече, в съвременната бизнес среда съществуват многобройни казуси на съвместна дейност дори между антагонистични международни конкуренти. Като примери могат да бъдат изтъкнати следните международни съвместни предприятия: Philips-Sony - за развитие и производство на компакт дисковете (Devlin & Bleackley, 1988: 19); IBM-Toshiba и Fujitsu-Siemens - компютърен хардуер (Lei, 1993: 38-39); AT&T-NEC - мобилни телефони (Lei, 1993: 34); Xerox-Fuji (Contractor, 1986: 81) и Canon-Olivetti (Devlin & Bleackley, 1988: 19) - фотокопирни машини; Dunlop-Pirelli (Perlmutter & Heenan, 1987: 54) и Bayer-Sumitomo (Burton & Saelens, 1982: 24) - химически продукти; GlaxoWellcome-HoffmanLaRoche - кръстосана дистрибуция на лекарства (Pekar & Allio, 1994: 56); Abbott-Takeda-Roussel - лекарства (James, 1985: 78); General Motors-Toyota - автомобили от малък клас (Sasaki, 1993: 45); Caterpillar-Mitsubishi Heavy Industries - индустриални автомобили (Ohmae, 1986: 16); General Electric-Rolls Royce - самолетни двигатели (The Economist,

1984: 69); General Electric-Asea Brown Boveri-Hitachi-Toshiba - ядрени реактори (James, 1985: 78).

Имайки предвид посоченото динамично развитие на международните съвместни предприятия, основната цел на изследването е да идентифицира и критико-оценъчно да анализира приносите и недостатъците на главните теории, подходи или модели, които се опитват да обяснят пост фактум това, което се случва в практиката. Подцел на изследването е да предложи координираща теоретична рамка за последващи изследвания на международните съвместни предприятия.

Влияние за използването на термина съвместно предприятие, вместо оригиналното англо-американско понятие джойнт венчър, оказа следният епистемологичен аргумент. Основните елементи на дадено понятие са неговото съдържание или смисъл и неговата лингвистична форма, която се нарича (вербален или словесен) термин. Въпреки това единство между понятието като смисъл и лингвистичния му термин двете не винаги съвпадат във всеки конкретен случай, защото за да се изрази едно и също понятие често съществуват няколко различни термина. Именно такъв е настоящият случай - в неанглоезичните нации по-често се употребява в национален контекст термина съвместно предприятие - например във Франция - *entreprise conjointe*, *coentreprise*; в Италия - *impresa congiunta*; в Испания - *empresa conjunta*; в Германия - *Gemeinschaftsunternehmen*; в Русия - *совместное предприятие*; и не на последно място в България.

Що се отнася до самото съдържание или смисъл на термина международно съвместно предприятие, в предходни изследвания на автора (вж. Марангозов, 2004 и Marangozov, 2005) беше създадена следната синтезирана и същевременно прецизна дефиниция на термина:

Съвместното предприятие представлява новоучредена организационна единица, чийто капитал е притежаван поне от две независими помежду си и запазващи своите собствени дейности предприятия. От перспективата на държавата-домакин на чуждестранни инвестиции то се смята за международно, когато в него участват като съдружници: 1) чуждестранни предприятия и най-малко едно местно предприятие; 2) само чуждестранни предприятия с еднаква национална принадлежност и 3) само чуждестранни предприятия, най-малко едно от които е с национална принадлежност, различна от тази на останалите.

*

Както беше загатнато в увода, теоретичното обяснение на международните съвместни предприятия се характеризира със своята дисперсия, тъй като е осъществено от различни и конкуриращи се помежду си икономически теории, подходи или модели. Те от своя страна дават научно обяснение предимно на индивидуалните фирми, отреждайки периферно място на съвместните предприятия. Проблемът за липсата на общоприета и унифицирана теория (Bell, 1996: 3; Faulkner & de Rond, 2000: 4; Hill, Hwang & Kim, 1990: 117; Ramanathan, Seth & Thomas, 1997: 53; Robson, Leonidou & Katsikeas, 2002: 392) и дори твърдението, че международните съвместни предприятия са "теоретични сираци" (Borys & Jemison, 1989: 235), е обобщен най-добре от Parkhe (1993). Според него за разлика от развитите

естествени науки, които се характеризират с високи позитивни и нормативни изводи, икономическата теория за международните съвместни предприятия като подтеория от социалните науки се намира в "...ранно еволюционен етап на развитие... Съвременното теоретизиране на международния мениджмънт и в частност на международните съвместни предприятия прилича приблизително на началното състояние на физиката и химията от XVII век, геологията от XIX век, квантовата механика от ранния XX век и психологията от средата на XX век. Една сравнителна/еволюционна перспектива може да се постигне, когато се вземат предвид физиците в областта на частиците от 90-те години на XX век и техните интелектуални предци – Нютон (1642-1726) и Айнщайн (1879-1955), чиито най-известни научни трудове са публикувани през 1687 г. и 1905 г., ...и обучението по мениджмънт, което започва да се провежда формално в началото на XX век. Уводни курсове по бизнес са предложени за първи път в колежаите на Илинойс и Мичиган през 1901 г., а първото академично списание по бизнес – *Journal of Marketing*, започва да излиза едва през 1936 г. ...Хронологията на началните дати на публикуването на водещите списания по мениджмънт разкрива "детството" на тази научна дисциплина - *Administrative Science Quarterly* – 1956 г.; *Academy of Management Journal* - 1958 г.; *Journal of International Business Studies* - 1970 г.; *Academy of Management Review* – 1976 г.; *Strategic Management Journal* – 1979 г.; *Organization Science* – 1990 г. Тези дати биха могли да се контрастират, например, с водещите списания по медицина - например, *New England Journal of Medicine* – 1812 г., и наука – например, *Scientific American* – 1845 г.; *Science* – 1880 г." (Parkhe, 1993: 240).

В следващото изложение обаче не се внушава, че съществуващите теории, подходи и модели, които относително добре обясняват индивидуалните фирми, са безполезна за обясняването на международните съвместни предприятия, а че тяхното изолирано разглеждане в контекста на всяка една от тези теории, подходи или модели, отколкото взаимната им допълняемост в една координираща и мултидисциплинарна теоретична рамка, противоречи на комплексността на реалния свят.

В този смисъл обещаващи перспективи за намирането на обща теория на международните съвместни предприятия могат да се открият в: 1) теорията на транзакционните разходи и производните ѝ; 2) теорията на интернализацията и 3) еkleктична теория на международното производство; 4) теорията на стратегическото управление; 5) теорията на ресурсната зависимост; 6) подходът на организационното знание; 7) моделът на интернационализацията на фирмата на Johanson, Vahlne и Wiedersheim-Paul (Модел Упсала); 8) моделът на връзката между алтернативните форми на чуждестранни инвестиции и жизнения цикъл на отраслите, в които се осъществяват тези форми (Модел на Auster).

1. Редуцирането на рискове като най-разпространено основание за експанзията на международните съвместни предприятия във всички теории

Най-разпространеното основание за експанзията на международните съвместни предприятия в миналото и в съвременното се асоциира с редуцирането на рискове от фирмите, осъществяващи дейности в

международен контекст. Представената типология на тези рискове, произтичаща от Miller (1992), Goodnow (1985), научното списание "Търговско право" (1993) и Малинов (1995), се състои от три основни категории - 1) общи рискове на чуждестранната оперативна среда; 2) отраслово-специфични рискове; 3) фирмено-специфични рискове и редица подкатегории към тях, както следва:

1. Общи рискове на чуждестранната оперативна среда:

1.1. Политически рискове – война; революция; държавен преврат; демократична смяна на правителството или на държавния глава;

1.2. Социо-културни рискове – социални вълнения (демонстрации, бунтове); терористични движения; културна хетерогенност (етническа, религиозна, расова, лингвистична);

1.3. Рискове, обусловени от правителствената политика – фискални и монетарни реформи; контрол на цените; ограничения върху търговията; антимонополни ограничения; ограничения върху репатрирането на капитали; ограничения върху валутната обмяна; ограничения върху чуждестранната собственост; инвестиционни стимули; несъвършенства на юридическата, търговската, транспортната, комуникационната инфраструктура; юридически промени; контрол върху замърсяването на околната среда; национализация;

1.4. Макроикономически рискове – инфлация; конвертируемост на валутата; валутни курсове; валутни резерви; тенденция на платежния баланс; външен дълг; лихвени проценти; тенденция на brutния вътрешен продукт; тенденция на привличането на чуждестранни инвестиции; степен на социализъм (държавен дял като процентен дял от brutния вътрешен продукт);

1.5. Природни рискове – екстремален климат;

2. Отраслово-специфични рискове:

2.1. Рискове, свързани с придобиването на ресурси за производствените процеси – ограничения за придобиването на ресурси; промени в количествата на ресурсите, причинени от други купувачи; съществуване на монополи на доставчиците на ресурси;

2.2. Рискове, свързани с произвеждания или дистрибуирания продукт – специфични потребителски нужди; специфични потребителски вкусове; промени в потребителските вкусове; специфични причини за потребителските покупки; етап от жизнения цикъл на продукта в чуждестранната нация; наличие на продукти-заместители; недостиг на допълващи продукти (например, резервни части); степен на наситеност на чуждестранния пазар; различия в покупателната сила;

2.3. Рискове, свързани с конкуренцията – брой на настоящите конкуренти и процентния им дял от чуждестранния пазар; бъдещи потенциални конкуренти; ограничения за навлизане на бъдещите потенциални конкуренти;

2.4. Технологични рискове – въвеждане на нови продукти (и честота); въвеждане на нови производствени процеси (и честота);

3. Фирмено-специфични рискове:

3.1. Оперативни рискове – трудови рискове (професионализъм на човешките ресурси; производителност на работната сила; степен на синдикализация); рискове, свързани с доставките на ресурси за производствените процеси (промени в количествата, качествата, цените и сроковете на доставяните ресурси; недостиг на ресурси); производствени рискове (качество на произвеждания продукт; различия в изискванията за опаковане);

3.2. Рискове, свързани с научноизследователската дейност – несигурни резултати от научноизследователската дейност; забавяне на търсенето на новите продукти или производствените процеси след въвеждането им (в месеци);

3.3. Кредитни рискове – проблеми с вземания по кредити;

3.4. Поведенчески рискове – опортюнистично поведение на мениджърите и/или работниците.

2. Нов институционален икономикс: теория на транзакционните разходи и производните ѝ – теория на интернализацията и еkleктична теория на международното производство

Теорията на транзакционните разходи, развита от Williamson в неговите трудове от 1975, 1979, 1981a, 1981b, 1985, 1988, 1991a, 1991b, 1992, 1994 г., представлява част от академичния подход в икономическата наука, наречен нов институционален икономикс, водещ началото си от Coase (1937, 1960), чиито предци са представителите на "стария институционализъм" - Veblen (1904) и Commons (1934). Тези институционалисти, както и другите основни представители на новия институционален икономикс - Alchian (1950), Malmgren (1961), Demsetz (1967, 1968, 1988), Alchian & Demsetz (1972), Klein, Crawford & Alchian (1978), Alchian & Woodward (1988), Jensen & Meckling (1976), Buckley & Casson (1976, 1985, 2003), Ouchi (1980), развиват своя подход върху основата на критиката на произтичащия от Walras (1874) неокласически икономикс относно неговата неспособност да обясни организационните форми, които се различават от пазара.

Veblen (1904) като основател на "стария институционализъм" много преди създателите на теорията на монополистичната конкуренция - Chamberlin (1933) и Robinson (1933), поставя началото на критиката на неокласическия икономикс посредством отхвърлянето на понятието съвършена конкуренция, защото според него преобладаващата част от предприемачите притежават известен монополистичен контрол върху определянето на цените на техните продукти и услуги, а също използват рекламата за укрепване на своите позиции на пазара: "Много е съмнително да има някое успешно предприятие в модерните отрасли, в което изцяло да липсва елементът на монопола. Във всеки случай те са малко на брой и с малка значимост" [Veblen, (1904) 1965: 48-49]. Освен това на Veblen се дължи инициативата за изследване на немонетарните фактори, пренебрегнати от аналитичната рамка на неокласическия икономикс [условието *ceteris paribus* (Marshall, 1890)] – ефекти на Veblen в теорията на потребителското търсене;

идеята за по-съвършени икономически теории чрез включването на социологически, антропологични и психологически променливи.

Перспективата на "стария институционализъм" се доразвива от Commons (1934) с тезата, че предназначението на фирмите е непрекъснатото продължаване на икономическите отношения, които постоянно се разпадат и възобновяват, когато се осъществяват посредством пазара. Според него пазарните транзакции установяват един етичен идеал между индивиди, които са равноправни и свободни, а отношенията във фирмите се основават върху правото на делегирания с управленска власт агент да издава заповеди и върху задължението на служителите във фирмата да ги изпълняват.

Носителят на Нобелова награда за икономика за 1991 г. Coase продължава през 30-те години на XX век развитието на институционалния икономикс, анализирайки причините за съществуването на фирмите в специализираната икономика, основаваща се на размяната. Той подлага на критика доминиращата парадигма на конвенционалната неокласическа икономическа теория, в която не съществува място за фирмата като алтернативен механизъм за разпределението на ресурсите и икономическата координация, а единствено пазарът и системата на цените изпълняват тази функция. Фирмата в неокласическия икономикс представлява само "примитивен атом" на икономиката, притежаващ целите – да бъде агент, който да взаимодейства с потребители и предлагащи страни, и да бъде обикновена производствена функция. В неокласическата икономическа теория системата на цените действа като спонтанен механизъм за координация и направлява поведението на индивидуалните агенти на пазара. От тази гледна точка съществува единствено системата на пазарна икономика. Въпреки това според Coase (1937) реалността противоречи на тази "икономика от черната учебна дъска". В реалния свят по-голямата част от производството на стоки и услуги се осъществява във фирмите и производството само отчасти се регулира от цените. Освен това е очевидно, че в пазарните икономики, фирмените организации и пазарите като институции съставят част от една и съща мрежа, която изгражда икономиките. Въпреки това икономическата неокласическа теория, когато научно абстрахира реалността от транзакциите на пазара, които транзакции представляват трансфер на стока или услуга между технологически отделени единици, изключва тяхната интернализация във фирмите и определя транзакциите единствено посредством два от техните атрибути - цени и количества. Тази научна абстракция на реалността не взема под внимание два феномена, чиято роля определя оцеляването на пазарните икономики в реалния свят - разделението на труда и специализацията. Специализацията представлява следствие от разделението на труда, което от една страна, както демонстрира Adam Smith в "Богатството на народите" (1776), е необходимо условие за съществуването на доброволна размяна. От друга страна двата феномена - разделението на труда и специализацията, създават асиметрия в информацията, отхвърляща хипотезата за съвършена информация, върху която се основава неокласическият модел на общо конкурентно равновесие. Когато информацията не е съвършена, пазарът престава да бъде механизъм за координация на специализирани дейности - *невидимата ръка*, която посредством системата на цените е в състояние да

постигне несъзнателно коопериране между индивидите в производството на стоки и услуги. Тогава фирмите заменят пазара, за да се идентифицират с *видимата ръка* на предприемача, постигаща съзнателно коопериране посредством интернализацията на транзакциите във фирмите. В един реален свят на несъвършена информация фирмите и пазарите представляват структури за управление на транзакциите, алтернативни форми на разделение на труда и координиране на специализираните дейности. Само в този смисъл фирмите и пазарите представляват конкуриращи се помежду си механизми за разпределение на ресурсите в обществото. Въвеждайки понятията разходи за използване на ценовия механизъм/транзакционни разходи и асиметрична информация, Coase дефинира фирмата през 1937 г. като: "...система от отношения, която възниква, когато управлението на ресурси зависи от предприемач..." (Coase, 1937: 393), а не от механизма на цените.

Посредством този анализ Coase поставя основите за развитието на една истинска теория на фирмата (и теория на пазара), но за съжаление не успява да дефинира понятието транзакционни разходи, както и да обясни факторите, на които се дължи тяхното вариране, от което в крайна сметка зависи избора за осъществяване на дадена транзакция посредством пазара или за нейната интернализация във фирмата.

Тези първоначални недостатъци са преодоляни от Williamson, който успява да формализира тезите на Coase от 1937 г. в теорията на транзакционните разходи през 1975 г., а впоследствие усъвършенствана през 1979, 1981a, 1981b, 1985, 1988, 1991a, 1991b, 1992, 1994 г. Williamson анализира организацията на икономическата дейност като избор между институциите: пазар, йерархия (фирма) или междинна форма между тях - споразумения за съвместна дейност като квази-пазари и съвместни предприятия като квази-йерархии. Тези институции могат да бъдат организирани оптимално, когато минимизират производствените и транзакционните разходи.

Транзакционните разходи са разходите, които се свързват с икономическата размяна и варират независимо от конкурентните пазарни цени на стоките или услугите, които се разменят. Те включват разходите по търсенето на информация за осъществяването на транзакции, по воденето на преговори за сключването на договори за осъществяването на транзакции, наречени още транзакционни разходи *ex ante*, а също и разходите за управление на договорите за осъществяването на транзакции, за налагане спазването на договорите за осъществяването на транзакции, наречени още транзакционни разходи *ex post*. Транзакционните разходи *ex ante* и *ex post* позволяват да се осъществи икономическата размяна на стоки и услуги. [Williamson образно сравнява транзакционните разходи с "триенето" във физиката (Williamson, 1985: 19)]. Източниците на транзакционните разходи са транзакционните трудности, които могат да възникнат в процеса на икономическата размяна на стоки и услуги. Основните фактори (наречени още рискове за транзакционни разходи), които създават тези трудности, са следните:

1) *Ограничена рационалност* – рационалността на човешкото поведение, поради мозъчно-физиологични (вкл. лингвистични) причини, е

ограничена от способността за обработване на информация, което намалява възможността за познание и предвиждане. [Този фактор води началото си от трудовете на носителя на Нобелова награда за икономика за 1978 г. Simon [вж. Simon, (1945) 1982, 1959, 1978].

2) *Опортюнизмът* – човешка характеристика, проявяваща се в стратегическата манипулация на информация или изопачаване на цели, съпроводени с преследването на личен интерес.

3) *Несигурност и комплексност* – характеристики на действителността, които затрудняват осъществяването на голяма част от решенията.

4) *Малка численост* – характеристика на действителността, в която само един или няколко пазарни агенти осъществяват транзакциите (т.е. както при монополите и олигополите).

5) *Асиметрична информация* – информацията, която се отнася за дадена транзакция или група от транзакции, в повечето случаи е асиметрично разпределена между участниците в икономическата размяна, поради което една от страните притежава повече знания от другата, но не разкрива информацията си.

6) *Специфичност на актива* – физически инвестиции и инвестиции в човешки способности, които са специфични и уникални за изпълнението на определена задача в дадено разменно отношение и е невъзможно или е много трудно да бъдат пренасочени за алтернативно използване извън това разменно отношение. За Williamson специфичността на актива е ключовото понятие в теорията на транзакционните разходи, защото "без него няма причина за съществуването на предприятията" (Williamson, 1985: 53).

Свързването на посочените фактори в различни комбинации причинява специфични транзакционни трудности. Например, комбинацията от ограничена рационалност с несигурност и комплексност, и/или опортюнизм с малка численост на разменните условия затруднява ефективното осъществяване на транзакциите. При тези обстоятелства транзакционните разходи са високи.

Според Williamson транзакционните разходи могат да бъдат намалени чрез организацията на икономическата размяна посредством разнообразни непазарни механизми, каквито са йерархиите (фирмите) и съвместните предприятия като квази-йерархии, тъй като тези непазарни форми на икономическа размяна притежават по-голяма ефективност от скъпата и обременена с такива разходи организация на икономическата размяна посредством пазара. Икономическите печалби от тази интеграция на транзакциите в йерархичните институции възникват, когато използването на фирма икономисва транзакционните разходи, свързани с преодоляването на транзакционните трудности, т.е. транзакционните разходи трябва да бъдат допуснати, за да се реализират икономически печалби посредством пазара, а чрез интеграцията на транзакциите във фирмите се реализират икономически печалби посредством последните. По този начин теорията на транзакционните разходи предлага извода, че докато управляваните транзакции от фирмите могат да доведат до по-високи разходи, отколкото реализирането на транзакциите посредством пазара, в един чисто теоретичен аспект, поради съществуването на разходи за поддържането на

административен апарат и поради възможността за потенциална загуба от дейността, дължаща се на теоретично по-голямата ефективност на пазара в предаването на информация, разходите за управление на транзакциите от фирмите в реалния свят се компенсират от намаления на транзакционните разходи, които постига управляваната размяна от тях.

Главното предимство на теорията на транзакционните разходи пред другите теории за фирмата се състои в използването на доктрината на икономическата ефективност за обяснение на социалната организация - формите на организация на икономическата размяна [пазар, йерархия (фирма) или междинна форма между тях - споразумения за съвместна дейност като квази-пазари и съвместни предприятия като квази-йерархии], които са по-ефективни в минимизирането на производствените и транзакционните разходи, изместват по-неефективните форми на организация на икономическата размяна, т.е. критерият за равновесие на теорията на транзакционните разходи е ефективността, която е наложена от минимизирането на разходите.

Първоначално теорията на транзакционните разходи съсредоточава изследванията си върху научните проблеми - защо и кога се избират различните структури за организация и управление на транзакции, пренебрегвайки международния контекст. Впоследствие непълно обхванатите транзакционни аспекти на международния бизнес от конвенционалната теоретична рамка на транзакционните разходи са развити от учени, като Buckley & Casson (1976, 1985, 2003), Buckley (1983, 1988, 1990), Casson (1982, 1995), Caves (1982), Hennart (1982, 1986, 1990), Rugman (1981, 1986), Rugman & Verbeke (1992), Teece (1981, 1986), чиито приноси, поради използването на транзакционната логика на анализ, придобиват известност като теория на интернализацията. Тези автори осъществяват важния процес на прехвърляне на изследванията от акта на чуждестранната пряка инвестиция към мултинационалната фирма като институция, която я реализира.

До средата на 70-те години на XX век теорията на чуждестранните преки инвестиции анализира международния бизнес, прилагайки традиционния неокласически модел на свободната търговия на Heckscher-Ohlin - пазарите на стоки и ресурси са приети за съвършени; конкуренцията е перфектна; съществуват идентични потребителски вкусове; печалбите са постоянни; световното богатство се увеличава от нациите, произвеждащи съгласно относителните си сравнителни предимства, детерминирани от разликата в дадеността на ресурси, което определя съотношението на чуждестранните цени като вариращо спрямо съотношението на националните (местните) цени. Съгласно този традиционен модел на свободната търговия разликата в съотношенията между националните и чуждестранните цени е причината за възникване на международна търговия.

Ако реалният свят наистина се припокрива с теоретичния модел на свободната търговия, то не съществуват основания за възникването на мултинационални фирми. В действителност обаче, както постулира теорията на интернализацията, когато основното условие на теоретичния модел на свободната търговия – съвършените пазари на стоки и ресурси, престава да бъде в сила, както е в реалния свят, свободната търговия престава да

съществува и се заменя от мултинационалната фирма като отговор на несъвършенствата на пазарите на стоки и ресурси. Тогава специфичното предимство на дадена нация, водещо до възникването на международна търговия, се заменя от фирмено специфично предимство, интернализирано в мултинационална фирма, което води до чуждестранна пряка инвестиция. Когато съществува специфично предимство, присъщо на дадена фирма, каквото например е знанието, то може да бъде транспортирано от нацията, от която произхожда, до нацията, за която е предназначено - нацията-домакин на чуждестранна пряка инвестиция, посредством създаването на "вътрешен пазар" от мултинационалната фирма, който да замени или да заеме мястото на редовния външен пазар, като го интернализира. Докато последният се характеризира от външни цени, които са детерминирани екзогенно от дейностите на пазарните агенти, "вътрешният пазар" в мултинационалната фирма се характеризира с фирмени права на собственост и контрол върху дейностите, генериращи специфичните предимства на мултинационалните предприятия, въплътени в крайните продукти и услуги, чиито вътрешни (трансферни) цени на свой ред се определят вътрешно от мултинационалната фирма. Веднъж установена в чуждестранната нация, мултинационалната фирма използва вътрешната си организация - "вътрешния пазар" (дефиниран още като администриран пазар или вътрешен квази-пазар), за да реализира своята пазарна сила и да присвои изцяло потенциалните икономически ренти от интернализираните собствени фирмени специфични предимства. По този начин мултинационалната фирма представлява заместител на свободната международна търговия.

Когато съществува несъвършенство на пазара на стоки, каквото могат да бъдат митата (или други бариери за международната търговия), тогава свободната международна търговия се заменя от мултинационалната фирма. Митата, наложени от дадена нация, за да подкрепя националната си икономика, стават причина за установяването на филиали на мултинационалните фирми в нея, тъй като тези филиали могат да избягват митата посредством заменянето на експорта с производство в нацията-домакин.

Освен това, когато съществува несъвършенство на пазара на ресурси, най-вече на този на междинните ресурси, например знанието (технологично ноу-хау, фирмен опит в маркетинга на даден продукт, специфично знание за местните култура, бизнес практика, пазари на дадена държава), свободната международна търговия също винаги се заменя от мултинационалната фирма, която интернализира междинните ресурси, трансформирайки ги във фирмени специфични предимства, освен ако чуждестранните пазари са сегментирани от ефективни патентни закони или други защитни механизми. Значимостта на теорията на интернализацията се състои именно в експлицитното разграничаване на неправителственото несъвършенство на пазара на междинни ресурси и постулирането, че мултинационалната фирма представлява ефективен отговор на този друг вид несъвършенство на пазара, наречено "естествено несъвършенство" за разлика от "неестественото несъвършенство", причинено от анализираните по-горе правителствени политики. Тези външни пазари на междинни ресурси на международно равнище често са неефективни канали за техния трансфер,

поради многото несъвършенства и недостатъци, които произтичат от самите характеристики на междинните ресурси. На първо място, поради характеристиката на междинните ресурси да наподобяват "публични стоки", разходът за чието използване извън фирмата (в която обаче възникват) е почти равен на нула, а от това следва, че междинните ресурси не се оценяват ефективно. На второ място, съществува неотстъпчива информационна асиметрия, която е последица от невъзможността на продавача да осъществи убедително "разкриване" на нематериалните активи или права. Ако продавачите "разкрият" тази информация на купувачите, трансферът на това знание би се осъществил безплатно. От друга страна купувачите биха се въздържали от заплащане за знание, за което съществува неотстъпчива информационна асиметрия, която е последица от невъзможността на продавача да осъществи убедително "разкриване" на точни характеристики. Тази транзакционна особеност на междинния ресурс знание е наречена от създателите на теорията на интернализацията "парадокс несигурност в купувачите". На трето място, биха могли да възникнат проблеми с кодифицирането на знанието. Някои видове знание могат да бъдат въплътени в уменията на служителите или да притежават значителен имплицитен компонент. На четвърто място, дистанцираният (чуждестранният) пазар би могъл да има несъвършенство в осигуряването на уеднаквени стандарти в качеството, които са от особено значение при казуса на трансфер на гудуил активи, като търговски марки.

Тези естествени несъвършенства водят до големи разходи при транзакциите посредством пазара на междинни ресурси. Фирмите се насочват към избягване на тези транзакционни разходи, използвайки "вътрешни пазари", т.е. интернализират транзакциите на междинните ресурси във фирмата, вместо да осъществяват преки продажби в друга нация (международна търговия), които са изложени на риск от загуба на фирмени специфични предимства. Фирмите, които интернализират транзакциите през националните граници посредством чуждестранни преки инвестиции, се трансформират в мултинационални фирми. Интернализацията елиминира външните транзакции и следователно техните разходи.

Въпреки това установяването на изцяло притежавани чуждестранни филиали на мултинационалните фирми/интернализацията е свързана с известни разходи, чието измерение се обуславя от следните най-важни детерминанти:

- 1) Капиталови разходи по установяването на физическо присъствие в чужбина.
- 2) Разходи, които могат да се асоциират с "фамилиаризацията" на фирмата с местния пазар и култура.
- 3) Информационни разходи, наложени от координацията на филиалите, разположени в различни географски зони.
- 4) Разходи, чийто източник е контрола върху филиалите на разширената мултинационална фирма – преди всичко контрол върху отстояването на качеството на продуктите и услугите, в които са въплътени фирмените специфични предимства, поради възможността влошаването на качеството да засегне цялостната идентичност на търговската марка, което би причинило изложената по-горе несигурност в купувачите. Установяването

на силна идентичност на търговската марка, гарантираща качеството на продуктите и услугите, намалява несигурността в купувачите и позволява на мултинационалното предприятие да спечели повече потребители и лидерска международна позиция, каквито са казусите на мултинационални предприятия, като Kodak, Wrigley, Nabisco, Gillette, Coca Cola, Lipton, Philip Morris, Nestlé, DaimlerChrysler, IBM, Nokia, Shell;

5) "Политически" разходи, свързани с възможна дискриминационна правителствена политика на страната-домакин на чуждестранни преки инвестиции по отношение на изцяло притежавани чуждестранни филиали на мултинационални фирми.

6) Административни разходи на "вътрешните пазари", зависещи от професионализма на мениджърите.

Установяването на филиал на мултинационална фирма е рационално единствено, когато брутната икономическа печалба от икономите на транзакционните разходи, произлизащи от интернализацията на транзакциите, превишава разходите, свързани с установяването и действието на "вътрешния пазар", т.е. установяването на филиал на мултинационална фирма е рационално единствено, когато нетната икономическа печалба е положителна.

В противен случай транзакциите ще се реализират посредством външните пазари.

В реалния свят съществуват както елементи на специфични предимства на нации, които детерминират свободната международна търговия, така и елементи на фирмени специфични предимства, които детерминират чуждестранните преки инвестиции на мултинационалните фирми, поради което те възникват по-често, когато съществуват относително по-големи ограничения върху свободната международна търговия.

Обобщавайки, теорията на интернализацията представлява усъвършенстване на парадигмата за несъвършенствата на пазарите и научно-предиктивно обяснение за фирмените специфични предимства на мултинационалните фирми, които детерминират техните чуждестранни преки инвестиции, освен специфичните предимства на нациите, които детерминират свободната международна търговия. По този начин теорията на интернализацията е синтезирано обяснение на мотивите за чуждестранни преки инвестиции.

Паралелно на развитието на теорията на интернализацията Dunning (1973, 1979, 1980a, 1980b, 1981a, 1981b, 1982, 1983, 1986, 1988, 1989, 1990, 1995, 1998, 2003) също се стреми да обясни мултинационалната фирма от позициите на неговата еkleктична теория на международното производство, придобила известност още като теория на чуждестранното производство, основаващо се на чуждестранни преки инвестиции. Еkleктичната теория на международното производство прави опит да интегрира теорията на транзакционните разходи и производната ѝ теория на интернализацията с други елементи от международния икономикс, които също детерминират чуждестранните преки инвестиции - фирмени специфични предимства в права на собственост (водещи началото си от теорията на правата на собственост) и специфични локализационни променливи (водещи началото си от неокласическия модел на международната търговия).

Еклектичната теория на международното производство представлява версия на теорията на транзакционните разходи и теорията на интернализацията, имаща за резултат следните сходни изводи:

1) Една фирма ще се включи в чуждестранна пряка инвестиция, ако притежава или може да получи достъп до нетни предимства в права на собственост по отношение на фирми от други нации. Тези предимства, които чуждестранните фирми не притежават или не могат да получат достъп до тях, приемат формата главно на притежаване на нематериални активи или права, които са, поне за определен период, изключителни или специфични за фирмата, която ги притежава и са мобилни, т.е. поне някои от тях е възможно да бъдат трансферирани през националните граници.

2) Допускайки, че условие 1) е изпълнено, по-изгодно е за фирмата, която притежава тези предимства, да се възползва от тях като интернализира използването им, отколкото да продаде самите активи (продажбата на активите лишава напълно фирмата от предимствата в правата на собственост), т.е. по-изгодно е за нея да интернализира предимствата си посредством разширяване на собствените си дейности, отколкото да дезинтегрира външно предимствата си. Тези интернализационни предимства отразяват по-голямата ефективност на мултинационалните йерархии (фирми) в сравнение с пазарните механизми като администратори и разпределители на активи.

3) Допускайки, че условия 1) и 2) са изпълнени, за фирмата е печелившо да използва тези предимства заедно с поне няколко входящи фактори извън собствената си държава; в противен случай чуждестранните пазари ще бъдат обслужвани изцяло от експорта, а вътрешните (националните) пазари от вътрешното (националното) производство. Установяването на която и да е част от производствените възможности на фирмата извън страната, от която произхождат, ще зависи от привлекателността на специфичните локализационни дадености на чуждата държава, дефинирани като локализационни предимства.

Според Dunning обобщителните предвиждания на еклектичната теория на международното производство са недвусмислени - за всеки даден период, колкото повече предимства в права на собственост притежават фирмите от една нация по отношение на фирмите от други нации, толкова повече стимули имат те да интегрират използването им, отколкото да го дезинтегрират външно; и колкото повече фирмите намират за уместно да ги използват в тяхна полза в чуждестранно местонахождение, толкова по-възможно е те (и страната като цяло) да се включат в чуждестранна пряка инвестиция.

По аналогичен начин еклектичната теория на международното производство може да бъде изразена в динамичен контекст - изменението в началните и крайните инвестиционни позиции на отделна страна може да бъде обяснено от гледна точка на измененията в предимствата в права на собственост и интернализационните предимства на нейните фирми по отношение на тези на другите нации, и/или измененията в нейните локализационни предимства по отношение на онези на другите страни, така, както се възприемат от нейните и чуждестранните фирми.

Значимостта на еkleктичната теория на международното производство се състои във въвеждането на нормативни взаимосвързани понятия - предимства в права на собственост, интернализационни предимства, локализационни предимства, без да променя вида си на еkleктична структура. Слабостта на тази теория се проявява, когато не може да се установи кои оперативни характеристики на посочените предимства са най-решаващи за привличането на чуждестранни преки инвестиции. Освен възражението по този въпрос, еkleктичната теория на международното производство на Dunning представлява също тавтология по отношение на теорията на транзакционните разходи и теорията на интернализацията. Според тези теории понятието предимства в права на собственост е излишно, поради произлизането му от интернализацията, в смисъл, че тя постига и използва предимства в права на собственост.

*

В рамките на теорията на транзакционните разходи и производните ѝ теория на интернализацията и еkleктична теория на международното производство международните съвместни предприятия се обосновават посредством връзката между 1) специфичността на активите на фирмата, осъществяваща чуждестранна пряка инвестиция (която специфичност на активите предполага винаги максимален контрол върху тях, а именно установяване в чуждестранните пазари чрез изцяло притежавани чуждестранни филиали) и 2) склонността под влиянието на разнообразни фактори, които за сега обаче все още нямат краен брой, да се поделат контрола върху специфичните активи с друга фирма в чуждестранния пазар посредством съвместно предприятие. В Таблица 1 са систематизирани 16 регулиращи връзката фактори, дедуцирани от 17 представителни емпирични изследвания.

Освен това в представляващите основа за референция изследвания в Таблица 1 също се изтъкват потенциалните недостатъци от предприемането на международни съвместни предприятия, които могат да бъдат обобщени по следния начин - негативен ефект от предприемането на международни съвместни предприятия представляват дестабилизиращите конфликти между съдружниците, които биха могли да възникнат в три главни казуса, когато: 1) една от участващите фирми осъществява трансфер в международното съвместно предприятие на знание, чието представяне в кодирана форма представлява трудност или на слабо защитено от "присвояване" патентовано знание; 2) една от участващите фирми и международното съвместно предприятие поделят една и съща търговска марка; 3) международното съвместно предприятие реализира експорт на местния пазар на чуждестранната асоциирана фирма или в трети страни.

Таблица 1

Фактори, регулиращи връзката между специфичността на активите на фирмата, осъществяваща чуждестранна пряка инвестиция и склонността да се поделат контрола върху специфичните активи с друга фирма в чуждестранния пазар

Регулиращи фактори	Емпирични изследвания																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1. физическа дистанция									нз								
2. културна дистанция	-				-			-	нз	-			-	-	+	+	-
3. рискове	-						нз	+		нз		-	+	-			-
4. комплексност на пазара											-						
5. потенциал на пазара							+										
6. протекционистични ограничения	-		-	-								-				-	
7. степен на конкуренция		нз		-		нз			нз								
8. растеж на отрасъла		нз				-											-
9. размер на фирмата				+			+		-	+				+		нз	
10. международен опит	+				- /+		+		нз					нз	+	нз	+
11. опит с местни контрагенти			+	+		+										+	
12. опит в межд. съвм. предприятия															-		
13. ресурсно-интензивен отрасъл			-	-		-			-	-							
14. НИРД-интензивен отрасъл		-	нз	нз													
15. маркетинг-интензивен отрасъл	+	нз	+	+		нз											+
16. диверсификация			-	-		-			нз						нз	нз	

- = увеличена вероятност за създаване на международно съвместно предприятие
 + = увеличена вероятност за създаване на изцяло притежаван чуждестранен филиал
 нз = няма значимост
 Емпирични изследвания:
 1. Gatignon & Anderson (1988); 2. Kogut & Singh (1988); 3. Gomes-Casseres (1989); 4. Gomes-Casseres (1990); 5. Erramilli (1991); 6. Hennart (1991); 7. Agarwal & Ramaswami (1992a); 8. Agarwal & Ramaswami (1992b); 9. Larimo (1993); 10. Erramilli & Rao (1993); 11. Brouthers, Brouthers, Werner & Lascu (1993); 12. Shane (1993); 13. Agarwal (1994); 14. Benito (1996); 15. Madhok (1994); 16. Padmanabhan & Cho (1994); 17. Bell (1996)
 Източник: Съставена по Erramilli & Rao (1993: 26) и Bell (1996: 32-33).

Икономическата размяна на някои видове знание се характеризира с високи транзакционни разходи. За разлика, например от химическите формули за производството на нови съединения, които могат да се патентоват, а патентите съдържат цялата необходима информация за производството на продуктите, технологичното ноу-хау, фирменият опит в маркетинга на даден продукт, специфичното знание за дадена страна (задълбочено знание на местните култура, бизнес практика, пазари, което се постига след престой в дадена държава) не може да бъде експлицитно формализирано, но се съдържа в индивидите, които са го придобили или

обобщавайки, такива видове знание се наричат тацитно знание. Когато знанието е тацитно, то не може да бъде ефективно трансферирано в кодирана форма посредством споразумение за лицензиране, но дори и да бъде патентовано, патентите биха предоставяли само малка част от необходимата информация за използването на нов процес или маркетинга на нов продукт, поради което размяната на тацитното знание трябва да се основава на индивидуален човешки контакт. В резултат на това трансферът на тацитно знание е по-ефективен, ако трансфериращата и придобиващата знанието страна са взаимосвързани посредством обща собственост, т.е. посредством международно съвместно предприятие. Въпреки това участващите фирми в международни съвместни предприятия, които осъществяват трансфер в тях на тацитно знание или на слабо защитено от "присвояване" патентовано знание са изправени пред проблеми, свързани със: защита и налагане спазването на изключителните права на собственост на лицензионните договори с асоциираните фирми в международните съвместни предприятия; предпазване и предотвратяване на "дифузията" на знание (особено на ключови технологични ноу-хау) от асоциираните фирми извън международните съвместни предприятия, което би ги трансформирало в конкуренти на същия локален и чуждестранен пазар.

Поделянето на контрола върху дистрибуцията на продукти и услуги, притежаващи силна идентичност на търговската им марка с друга фирма, излага на риск от "ерозия" и деградация това фирмено специфично предимство, защото отделни дистрибутори, поради значителните разходи, свързани с инвестициите както в спомагателни активи [като складове за поддържане на запаси от продукти в завършен вид или компоненти, ремонтни сервиси, магазини за продажба на дребно или съоръжения, които са свързани с неразделимостта (едновременното производство и потребление) на някои видове услуги], така и инвестиции в създаването на репутация посредством промоция и адаптиране на продуктите и услугите по отношение на местните вкусове и условия на използване, имат незначителни стимули да отстояват качеството на търговската марка, която дистрибуират. Тези дистрибутори биха могли да максимизират приходите си от понижаване на качеството на търговската марка, докато загубите от него ще бъдат поделени от всички останали дистрибутори на същата търговска марка вследствие намаляване на нейната глобална стойност. Дори усъвършенстваните договорни дистрибуционни трансфери като споразуменията за франчайзинг не могат да предпазят утвърдените търговски марки от деградация, причинена от чуждестранни дистрибутори. Например, през 1981 г. McDonald's като фирма-франчайзодател изисква и получава компенсационно обезщетение от френската фирма-франчайзополучател за неспазване на специфичните стандарти за чистота, което е причинило понижаване на международните позиции на търговската марка McDonald's (Anderson и Gatignon, 1986: 20).

Дестабилизиращ конфликт между асоциираните фирми в международните съвместни предприятия възниква и когато международното съвместно предприятие осъществява продажби извън предвидения пазар и реализира експорт на местния пазар на чуждестранната асоциирана фирма или в трети страни. В този казус дейността на локалната асоциирана фирма, насочена към максимизиране на нейния дял от печалбата на

международното съвместно предприятие, би могла да има неблагоприятни последици по отношение консолидираната печалба на чуждестранната фирма. Експортът от международното съвместно предприятие, например, може да конкурира продажбите на чуждестранните филиали на чуждестранната асоциирана фирма в международното съвместно предприятие. Възможността за конфликт е по-малка, когато международното съвместно предприятие реализира продажбите си на локалния пазар.

*

Теорията на транзакционните разходи и производните ѝ теория на интернализацията и еклектична теория на международното производство обаче притежават пет основни недостатъци.

Първият е обусловен от ключовото понятие в теорията на транзакционните разходи, а именно специфичността на активите. Тази специфичност представлява един толкова неосезаем транзакционен атрибут, че не се поддава, поне до този момент, на емпирични изследвания, основаващи се на общоприет подход, а се използват субективни критерии от различните автори.

Вторият недостатък на трите теории е свързан с пренебрегването на фирмената стратегия. Този недостатък е особено проблематичен, защото те допускат съществуването на несъвършена конкуренция, в която обаче стратегическото поведение е особено важно. В този смисъл фирмите могат да изберат алтернативна институционална форма на организация и осъществяване на дадена международна транзакция, която не е ефективна за нея, но представлява най-добрата алтернатива за фирмата като цяло, т.е. изборът може да бъде осъществен от стратегически съображения.

Третият недостатък на трите теории се изразява в тяхното съсредоточаване единствено върху минимизирането на разходи, игнорирайки възможните печалби, т.е. този подход едностранчиво приема, че печалбите са сходни за всички възможни алтернативни управленски структури, без да взема предвид съществуването на печалби, които могат да произтичат от уникалните характеристики на алтернативните институционални форми на организация и осъществяване на международни транзакции. Като пример в това отношение може да се изтъкне постигането на синергия между съдружниците в международните съвместни предприятия в резултат на комбинирането и размяната на анализираното по-горе тацитно знание. Следствие от тази синергия са по-големите печалби в сравнение с печалбите, които тези съдружници биха постигнали, ако бяха създали собствени изцяло притежавани чуждестранни филиали. Поради това би било по-рационално трите теории да изследват както печалбите, така и разходите на управленските структури, когато разглеждат дадена международна транзакция, а самите фирми да се стремят към максимизиране на разликата между тези печалби и разходи.

Четвъртият недостатък на разглежданите теории включва допускането на идентични производствени функции на фирмите. Това допускане е далече от реалността, поради отхвърлянето на съществуването на фирмени специфични различия в тази област.

От гледна точка на международните съвместни предприятия обаче най-значим е последният, пети недостатък на трите теории. Той е свързан с "агрегационния проблем", чиято логика е следната: според тези теории индивидуалната транзакция представлява анализационната единица, а оттук възниква скептицизмът относно приложимостта им по отношение на международните съвместни предприятия, защото те не са резултат от индивидуална транзакция, а от агрегирането на отделните индивидуални транзакции на техните фирми-учредители.

3. Теория на стратегическото управление

Основният изследователски проблем, около който се оформя теорията на стратегическото управление от академичната общност (Ansoff, 1965; Ghemawat, 1986; Ohmae, 1982; Porter, 1980, 1985, 1987), някои водещи консултантски фирми и фирми от реалния бизнес като Boston Consulting Group, McKinsey, Strategic Planning Associates, General Electric, се изразява в способността на фирмата да максимизира печалбите посредством усъвършенстване на нейната конкурентна позиция. В този смисъл биологичният модел на естествения подбор представлява популярна аналогия в теорията на стратегическото управление през 60-те, 70-те и началото на 80-те години на XX век, т.е. фирмите са възприети като сходни на индивидуалните биологични организми, които оцеляват или загиват според това, колко успешно си съперничат помежду си за ограничените ресурси, които са необходими за тяхното оцеляване.

В рамките на тази традиционна концепция на теорията на стратегическото управление не се предвижда възможността за създаване от фирмите на съвместни предприятия, но все пак съществуват две изключения, които са свързани с експанзията на мултинационалните предприятия предимно към развиващите се държави и в по-малка степен към бившите страни с централно планирана икономика. Въпреки това използването на съвместни предприятия с местни съдружници като начин за установяване в тези страни се смята за второкачествена опция в сравнение с изцяло притежаваните чуждестранни филиали, защото последните позволяват на мултинационалните предприятия да максимизират печалбите от експлоатирането на собствените си активи, а при съвместните предприятия съществуват съмнения относно възможните приноси на местните съдружници и риск да се осъществи нежелан трансфер на ноу-хау към тях, което би ги превърнало в конкуренти. И така, двете изключения, в резултат на които се формират международни съвместни предприятия от перспективата на традиционната концепция на теорията на стратегическото управление са следните:

- 1) Създаване на международни съвместни предприятия поради политически причини. В този случай освен политическата несигурност се имат предвид наложените протекционистични ограничения върху чуждестранните преки инвестиции, които, от една страна, пряко или непряко задължават чуждестранните предприятия да се установяват в местния пазар единствено посредством съвместно предприятие с местни съдружници, а от друга, в редица държави регламентират максималното допустимо чуждестранно участие в капитала на съвместните предприятия (Adamiec,

1991; Afriyie, 1988; Artisien & Buckley, 1985; Friedmann & Kalmanoff, 1961; Klassen, 1992; Sznajder, 1988; Tomlinson, 1970).

2) Създаване на международни съвместни предприятия поради непознаване на пазара. Тук предпочитанието на мултинационалните предприятия към изцяло притежавани чуждестранни филиали пред международните съвместни предприятия, наречено също желание за контрол, е смекчено от необходимостта от учене от местен съдружник (Stopford & Wells, 1972: 21).

Впоследствие изложената традиционна концепция на теорията на стратегическото управление започва да се възприема като твърде опростена, стигайки се до съвременната концепция, в която кооперативните стратегии са възприети като равнопоставени на конкурентните стратегии (Bresser, 1988; Jarillo, 1989; Jarillo & Stevenson, 1991; Nielsen, 1988; Roig, 1989). Тази съвременна концепция е свързана с появата на качествени промени в бизнес средата, като интензификацията на конкуренцията поради регионализацията и глобализацията, и предизвикващата кратки жизнени цикли на продуктите и тяхната комплексност, ускоряваща се честота на технологични промени, които обуславят необходимостта от значителни инвестиции за самостоятелно фирмено развитие на цялата верига на стойността (Porter, 1988; Porter & Fuller, 1988), вкл. за големите предприятия и които имат в крайна сметка ефекта на "катализатори" за създаването на международни съвместни предприятия и други форми на стратегически съюзи.

Самите вътрешни мотиви на фирмите за създаването на международни съвместни предприятия в отговор на отбелязаните външни заплахи са отразени в многобройни изследвания, главната характеристика на преобладаващата част от които се състои в техния нормативен характер. В Таблица 2 тези стратегически аргументи са систематизирани и са представени примери на съответните представителни изследвания.

Макар и видимо осигурявайки солидни доводи, обясняващи създаването на международни съвместни предприятия, теорията на стратегическото управление може да бъде критикувана в три направления. Първото е свързано с липсата на кохерентна теоретична основа. Вторият критичен аспект засяга липсата на отговор на въпроса, за разлика от теорията на транзакционните разходи и производната ѝ теория на интернализацията, относно причините международните съвместни предприятия да са предпочетената организационна форма пред международните пазарни транзакции или изцяло притежаваните чуждестранни филиали. Третият недостатък произтича от преобладаващия нормативен подход на теорията на стратегическото управление по отношение на международните съвместни предприятия.

Таблица 2

Стратегически мотиви на фирмите за създаване на международни съвместни предприятия

Стратегически мотиви	Примери на представителни изследвания
Комбинации от продуктови и пазарни разширения: 1. сходни продукти/сходни пазари; 2. сходни продукти/нови пазари; 3. нови продукти/сходни пазари; 4. нови продукти/нови пазари	Khanna (1998); Koh & Venkatraman (1991); Stiles (1994)
Достъп до допълващи ресурси - физически, човешки, финансови, технологични, организационни или репутационни, които фирмата не притежава и които позволяват да се избегне тяхното дублиране	Боева (1996); Brouthers, Brouthers & Wilkinson (1995); Contractor (1986); Gugler (1992); Harrigan (1986); James (1985); Klein & Zif (1992); Koh & Venkatraman (1991); Lei (1993); Mariti & Smiley (1983); Porter & Fuller (1988)
По-бързо установяване на чуждестранни пазари, възползвайки се по този начин от потенциалните "предимства на първия"	Contractor (1986, 1990); Fernández Sánchez (1991); Geringer (1991); Harrigan (1986); Stiles (1995)
Икономии от мащаба; икономии от обхвата	Auster (1987); Contractor (1986); Contractor & Lorange (1988); Fernández Sánchez (1991); Gugler (1992); Klein & Zif (1992); Koh & Venkatraman (1991); Mariti & Smiley (1983); Porter & Fuller (1988); Stiles (1994)
Оказване на негативно влияние върху конкурентите чрез: 1) офанзивни действия, водещи до намаляване на пазарния им дял; увеличаване на производствените и/или дистрибуционните им разходи; или 2) защитни действия посредством изграждането на бариери за влизане в отраслите	Brodley (1982); Contractor (1986); Fernández Sánchez (1991); Gugler (1992); James (1985); Kogut (1988); Lei (1993); Murray & Mahon (1993); Porter & Fuller (1988); Pfeffer & Nowak (1976); Stiles (1994)
Първоначална международна експанзия за малките и средните предприятия	Contractor (1986); Kirby & Kaiser (2003)
Пасивна интернационализация за фирмите-учредители от държавата, в която се осъществяват дейностите на международното съвместно предприятие	García Canal, López Duarte, & Valdés Llana (1997)
Използване на ненатоварени машини и съоръжения	Auster (1987)
Създаване на международни стандарти	Devlin & Bleackley (1988); Harrigan (1987); Lei (1993)
Ползване на субсидии (особено в ЕС)	Barba Navaretti, Santarelli & Vivarelli (2002); Bower (1993); Costa Campi (1989); Devlin & Bleackley (1988); Fernández Sánchez (1991); García Canal (1999); Geringer (1991); Nueno & Oosterveld (1988)

4. Теория на ресурсната зависимост

За разлика от теорията на транзакционните разходи, която се стреми да обясни причините за възникването на фирмата, теорията на ресурсната зависимост приема за даденост нейното съществуване и се съсредоточава върху отношението между фирмата и нейната среда, концептуализирана като състояща се от други организации, защото според развитите най-обстойно теорията Pfeffer & Salancik (1978), за да се разбере поведението на една организация, трябва да се разбере контекста на това поведение.

Въвеждащите в теорията допускания са, че, от една страна, организацията желае да запази своята автономия - способността си да действа по независим начин, а от друга, че тя се нуждае от ресурси за своето оцеляване и за постигането на целите си. Придобиването на ресурсите от организацията изисква установяването на разменни отношения с други организации, които контролират ресурсите, от което следват отношения на зависимост. Последните са характеризирани също, основавайки се на приноса на Emerson (1962) като отношения на силова зависимост, защото върху взимането на решения в условно обозначената организация А, зависи посредством ресурса Y от контролиращата го организация В, може да бъде оказано влияние от организацията В. В частност, степента на

зависимост на А се определя от потребността, която има от Y и от наличието на алтернативи за придобиването на Y извън отношението с В. Обратно, преговорната сила на В се определя от степента, в която монополизира Y и от степента, в която може да удовлетвори потребностите от Y. В тези рамки поведението и резултатите на нуждаещата се от ресурси организация не произтичат от напълно независими процеси на избор и решения, поради наложените от средата 1) несигурност - възможната загуба на получавана подкрепа от организациите, с които се поддържат разменни отношения; и 2) ограничения - липсата на осъществими алтернативи за придобиването на сходни ресурси, поставяща граница за получаването на максимална подкрепа от организациите, с които се осъществяват трансакции.

Според теорията на ресурсната зависимост съвместните предприятия представляват алтернативен начин за преодоляване от организацията на посочените по-горе, наложени от средата, несигурност и ограничения, когато организацията: 1) не може да доминира в достатъчна степен пазара, което да ѝ позволи да осъществи поглъщане на съществуващите източници на ресурси; 2) не може да осъществи сливане с контролиращите ресурсите организации; или 3) не може да смекчи зависимостта си от средата посредством вътрешен растеж. Освен това необходимо условие за съществуването на съвместните предприятия е всеки съдружник в тях да притежава известна степен на преговорна сила по отношение на останалите, произтичаща от приноса на ресурси в съвместното предприятие, т.е. всеки съдружник трябва да е в състояние да удовлетвори в известна степен определени потребности на останалите. В противен случай, приемайки че сътрудничеството е доброволна дейност, няма основания тези останали съдружници да участват в съвместното предприятие, поради неполучаването на компенсация за загубата на част от своята автономия. От своя страна една или повече от фирмите-учредители могат да постигнат по-голяма преговорна сила по отношение на останалите, резултираща в по-голям дял от собствеността като начин за получаване на по-голям контрол, ако допринасят ресурсите, които са критични за успеха на съвместното предприятие (Pfeffer & Salancik, 1978; Harrigan, 1986; Harrigan & Newman, 1990; Blodgett, 1991; Yan & Gray, 1994). На свой ред намаляването на автономията на организацията, произтичаща от поетите бъдещи задължения за участие в съвместно предприятие, представлява нежелан резултат за нея. Последното обстоятелство води до характеризирането на решението за създаване на съвместно предприятие като дилема автономия-сигурност (Pfeffer & Salancik, 1978: 261).

В заключение основните критики, които могат да бъдат отправени към теорията на ресурсната зависимост са свързани, от една страна, с нейната извънредна нормативна ориентация, а от друга, с вътрешната ѝ противоречивост, изразяваща се в стремежа към запазване на автономията на организацията посредством предприемането на сливания или стратегически съюзи, които всъщност редуцират организационната автономия.

5. Подход на организационното знание

Започналият да придобива популярност от края на 80-те години на XX век подход на организационното знание (Kogut, 1988; Lyles, 1988; Hamel, 1991; Hamel, Doz & Prahalad, 1989; Parkhe, 1991; Inkpen & Crossan, 1995; Richter & Vettel, 1995; Lyles & Salk, 1996; Brouthers & Bamossy, 1999; Lyles, Doanh & Barden, 2000) концептуализира международните съвместни предприятия като средство, чрез което между фирмите-учредители се осъществява трансфер на притежавано от тях такова знание посредством процеси на междуорганизационно учене, поради което тази школа е известна още като подход на организационното учене. Трансферираното знание може да бъде използвано от асоциираните фирми както в рамките на съвместното предприятие, така и за усъвършенстване на стратегическите и тактическите аспекти на самостоятелния им бизнес или при реализирането от тях на нови съвместни предприятия. Възприети по този начин, международните съвместни предприятия представляват алтернатива на капиталовоинтензивното, трудовоинтензивното и времепоглъщащото самостоятелно фирмено генериране на ново знание.

Самият трансфер на организационно знание посредством междуорганизационно учене се възприема като възходящ спираловиден процес, протичащ последователно през три равнища на учене - индивидуално, групово и организационно (Nonaka, 1994; Inkpen & Crossan, 1995), т.е. организационното знание се трансферира, когато индивидуалното се издигне до организационно равнище, бидейки усвоено от организацията в нейните рутини и поведение. От съдържателна гледна точка познавателните спирали на равнище индивиди (представляващи фирмите-учредители в съвместното предприятие) се изразяват в резултиращото от взаимодействието между индивидите превръщане на тацитно знание в експлицитно и обратно, като по този начин индивидите достигат до споделяне на ценностни системи и убеждения. От своя страна реципрочното превръщане на двата вида знание и неговото абсорбиране от индивидите се осъществява чрез следните процеси: социализация - трансфер на тацитно знание чрез поделяне на опит; комбиниране - трансфер на експлицитно знание по формален начин; интернализация - трансформация на експлицитно знание в тацитно знание чрез "научаване посредством правене"; и екстернализация - изразяване на тацитно знание в експлицитни понятия чрез модели, метафори или аналогии. Впоследствие същите процеси надхвърлят ограничената индивидуална перспектива, протичайки на равнище групи от индивиди, което води до промяна в съществуващите организационни рутини и до възникването на нови, и в крайна сметка на институционализирането на знанието, с което кулминира цикълът на междуорганизационно учене.

С известна липса на кохерентност между различните автори подходът на организационното знание обаче приема, че степента на учене между фирмите-учредители на международни съвместни предприятия варира в зависимост от фактори, като: амбиция; абсорбционна способност; комплексност на знанието; т. нар. "конкурентно" учене с експлоатационни характеристики от страна на даден съдружник за разлика от "сътрудническото" учене, произтичащи от едновременно сътрудническо и

конкурентно естество на съвместните предприятия; културната дистанция между държавите, от които произхождат съдружниците. Тези фактори биха могли да доведат до процеси на асиметрично учене, което е една от основните причини за провала на редица международни съвместни предприятия, защото по-бързото придобиване на знание от някоя от асоциираните фирми предизвиква загуба на стимули за реализиране на общите цели на съвместното предприятие (Beamish & Inkpen, 1995; Parkhe, 1991). В частност резултатите от изследванията на Hamel (1991), Hamel, Doz & Prahalad (1989) и Reich & Mankin (1986), обхващащи международни съвместни предприятия, създадени от съдружници, чиято национална принадлежност е от Япония и други държави, принадлежащи към Триадата, потвърждават този възглед в полза на японските контрагенти.

Основната слабост на анализирания подход, фокусиращ знанието като единствения аргумент за създаването на международни съвместни предприятия, се състои в неговата неспособност да отчете и осигури обяснение на икономически фактори за формирането на този вид стратегически съюз, поради което е рационално тази школа да бъде съчетавана с разглежданите икономически теории.

6. Модел на интернационализацията на фирмата на Johanson, Vahlne и Wiedersheim-Paul (Модел Упсала)

В този модел, създаден от Johanson & Wiedersheim-Paul (1975) и Johanson & Vahlne (1977, 1990), и придобил известност още като модел Упсала, поради принадлежността на неговите автори към Университета Упсала в Швеция, интернационализацията на фирмата е възприета като процес, в който тя постепенно увеличава своето чуждестранно присъствие, а международните съвместни предприятия (заедно с някои други форми на чуждестранни преки инвестиции) са концептуализирани като кулминационен етап от този процес.

От една страна се допуска, че основното ограничение, пред което е изправена фирмата в нейния стремеж към интернационализиране, е свързано с недостатъчното знание относно чуждестранните пазари. Поради това тя поставя началото на своята интернационализация като се насочва първоначално към държави с най-малка психическа дистанция до държавата, от която произхожда, а впоследствие напредва към държави с последователно по-голяма такава дистанция. Понятието психическа дистанция обхваща фактори, като различия в езика, обичаите, традициите, законите, бизнес средата, които водят до различни степени на несигурност във фирмата по отношение на чуждестранните пазари. Например, за интернационализиращите се фирми от Швеция, чрез които моделът Упсала получава първоначална емпирична верификация, държавите с най-малка психическа дистанция са останалите скандинавски страни.

От друга страна, проникването на фирмата във всеки отделен чуждестранен пазар е прието също за протичащо по постепенен начин. За да избегне несигурността, произтичаща от недостатъчното знание за даден чуждестранен пазар, фирмата започва да се интернационализира към него посредством малки вложения на ресурси, но те постепенно нарастват с повишаването на придобитото чрез опит знание за този пазар.

Изследователите от школата Упсала обозначават този процес с термина верига на установяване, която според тях се състои от четири последователни етапа: 1) спорадичен експорт; 2) експорт чрез представители; 3) установяване на продажбен филиал; 4) установяване на производствена единица посредством съвместно предприятие, поглъщане или изцяло притежаван чуждестранен филиал.

Важно допълващо условие в модела Упсала са въведените три изключения: 1) големите фирми, притежаващи необходимите ресурси за интернационализация, могат да не следват последователността на етапите от веригата на установяване; 2) при стабилни и хомогенни характеристики на чуждестранния пазар знанието за него може да бъде придобито по други начини, освен чрез опит; 3) когато фирмата има значителен опит за пазари със сходни характеристики като потенциалния, възможно е той да се използва за този чуждестранен пазар.

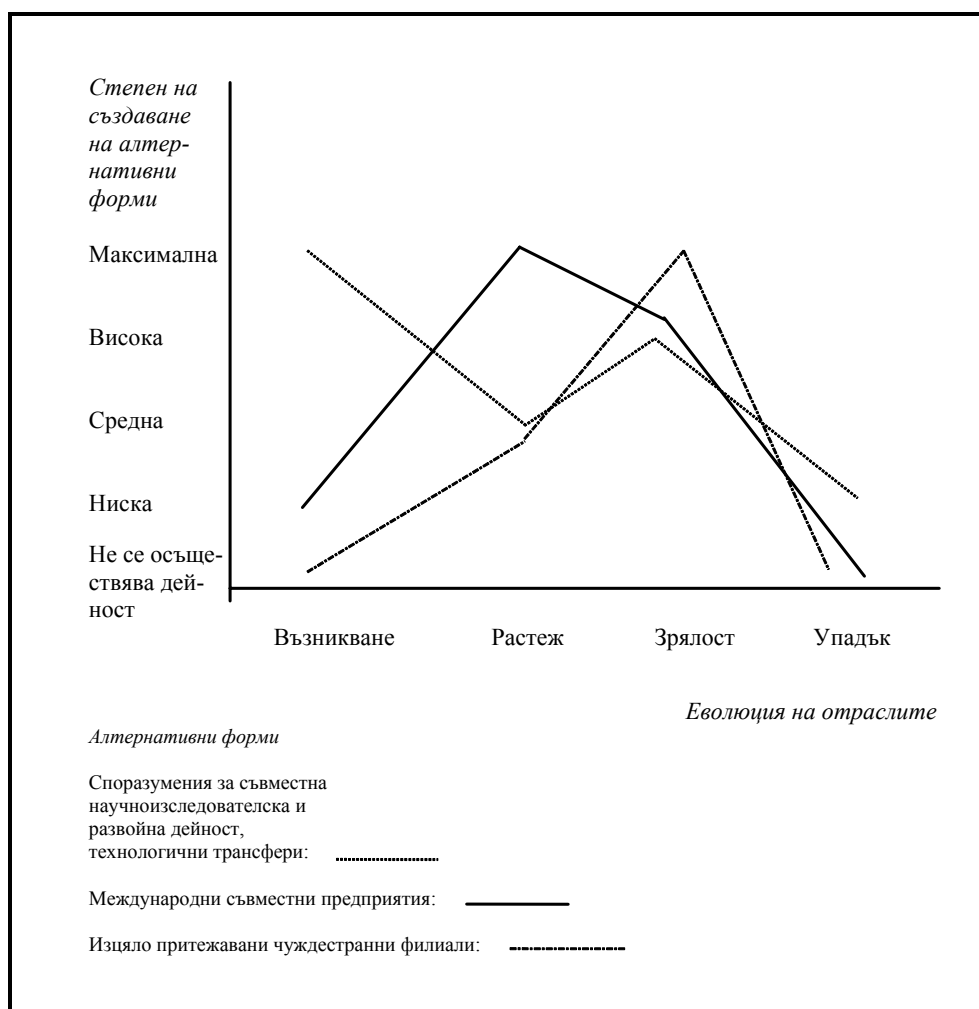
Въпреки получената емпирична подкрепа в изследвания за интернационализацията не само на фирми от Швеция, а също от Австралия, Германия, САЩ, Турция, Япония (Johanson & Vahlne, 1990: 13-14), основната слабост на модела Упсала се изразява в неговия детерминизъм, свързан до голяма степен с аксиоматичната логика на последователността на четирите етапа от т. нар. верига на установяване, която например, в изследвания от перспективата на теорията на интернализацията и на теорията на стратегическото управление няма данни да е следвана от интернационализиращите се фирми, независимо от тяхната големина или международен опит.

7. Модел на връзката между алтернативните форми на чуждестранни инвестиции и жизнения цикъл на отраслите, в които се осъществяват тези форми (Модел на Auster)

Посредством този модел, отличен през 1990 г. с Наградата за най-добра студия на Академията по мениджмънт (САЩ), Auster (1992) дава отговор на изследователските въпроси: коя от формите на чуждестранни инвестиции в кои класифицирани според етапите от жизнения им цикъл отрасли преобладава? В модела са изследвани три вида форми на чуждестранни инвестиции: международни некапиталови стратегически съюзи, представляващи чисто договорно отношение (споразумения за съвместна научноизследователска и развойна дейност, технологични трансфери), международни капиталови стратегически съюзи, които всъщност обхващат единствено международните съвместни предприятия и изцяло притежавани чуждестранни филиали. Класификацията на анализирания отрасли в зависимост от етапите на тяхната еволюция се състои от следните видове: отрасли в етап възникване (индустриални роботи, биотехнологии, нови материали), отрасли в етап растеж (комуникации), отрасли в етап зрялост (производство на автомобили и авточасти, производство на машини, електротехника), отрасли в етап упадък (стомана, текстил). Производството на компютри и на химически продукти са класифицирани като заемащи междинен етап между отрасли в етап растеж и етап зрялост. Моделът на Auster е представен и чрез Фигура 1.

Фигура 1

Връзка между алтернативните форми на организация и осъществяване на международни транзакции и етапите от еволюцията на отраслите, в които се създават



Източник: Auster (1992: 787)

От анализа на резултатите се констатира, че по-голямата част от международните некапиталови стратегически съюзи преобладават в отрасли в етап възникване, международните съвместни предприятия преобладават в отрасли в етап растеж и в по-малка степен в отрасли в етап зрялост, а изцяло притежаваните чуждестранни филиали преобладават в отрасли в етап зрялост. Тези тенденции се обуславят от основните характеристики на етапите от еволюцията на отраслите и алтернативните форми на чуждестранни инвестиции. По-голямата част от международните

некапиталови стратегически съюзи, като споразуменията за съвместна научноизследователска и развойна дейност, технологичните трансфери, преобладават в отраслите в етап възникване, характеризиращи се с изключително висока степен на несигурност, защото в тези условия фирмите запазват своята стратегическа гъвкавост, придобивайки същевременно достъп до технологии и ноу-хау при поделени разходи и рискове. Международните съвместни предприятия преобладават в отрасли в етап растеж, характеризиращи се с относително висока степен на несигурност, защото мотивите на фирмите-учредители са свързани с постигане на икономии от мащаба в резултат на преминаване към масово производство и разширяване на потребителската основа. Международните съвместни предприятия се реализират в по-малка степен в отрасли в етап зрялост, които са относително стабилни и предвидими, поради разнообразни причини, като придобиване на достъп до специфично знание, намиране на нови потребителски основи, обновяване на съществуващи продукти, съкращаване на разходи. Изцяло притежаваните чуждестранни филиали преобладават в отрасли в етап зрялост, поради притежаването от фирмите на необходимите ресурси, които се интернализират, преодолявайки по този начин недостатъците от поделянето на собствеността при международните съвместни предприятия.

Ограничение на модела на Auster е, че фокусира формите на чуждестранни инвестиции, осъществени само от фирми, чиято национална принадлежност е единствено от държави, принадлежащи към Триадата и които форми са установени също единствено в отраслите в тези държави, а не засяга (за сега) аспекта, че същите отрасли в държавите, не принадлежащи към Триадата, биха могли да бъдат в различаващи се етапи от техния жизнен цикъл.

Вместо заключение – теория на системите като координираща и мултидисциплинарна рамка за изследване на международните съвместни предприятия

От опитът да се сложи ред в причинения от липсата на обща теория на международните съвместни предприятия хаос от преобладаващо нормативни идеи, незадоволително дефинирани понятия и отношения между тях, както и на съществуващия "агрегационен проблем", може да се направи извода, че анализираните 8 теории, подходи и модели не са развити до състоянието, в което могат да бъдат приложени пряко и безрезервно при изследването на международните съвместни предприятия.

Въпреки това елементи на тези теории, подходи и модели могат да бъдат използвани при развитието на един епистемологичен подход на структурно или системно обяснение на този вид международен стратегически съюз. Такъв подход произтича от принципа на изоморфизъм на теорията на системите, който позволява използваните понятия в дадена научна област да се трансферират в друга възприета като система научна област, която да бъде изяснена. Тук не става въпрос за налагането по "империалистически начин" на понятията от една теория на друга, а за самото координиращо и мултидисциплинарно или плуралистично естество на теорията на системите, което предполага добиване на най-достоверните представи за "реалния свят,

който е толкова комплексен, че не може да бъде описан подходящо само от една дисциплина (Bell, 1996: 43)".

От своя страна теорията на системите води своето начало от изследването на Norbert Wiener (1948) в областта на кибернетиката, а Ludwig von Bertalanffy [(1968) 1976], използвайки изтъкнатия принцип на изоморфизъм, я прилага първи в икономическата научна област. Основното понятие в тази теория е системата, която се дефинира като "едно цяло, което функционира като такова въз основа на взаимната зависимост на неговите части" (Rapoport, 1968: XVII) или също като "група от предмети заедно с връзките между тях и техните атрибути" (Hall & Fagen, 1956: 18).

Следователно при структурното обяснение на една система, каквато, макар и за сега неразглеждана експлицитно от теорията на системите, представлява международното съвместно предприятие, трябва да се имат предвид не само атрибутите (характеристиките) на системата като цяло, а също и нейната структура. По този начин теорията на системите и структурното обяснение, което тя обуславя, правят съвместими противоположните изследователски подходи - холизъм и атомизъм.

Библиография от български автори

Боева, Б. (1996): *Управление на смесени фирми*, Нов български университет - Факултет по дистанционно обучение, София.

Малинов, М. (1995): *Смесени предприятия (Joint Ventures)*, Издателство "Миелком", София.

Марангозов, Я. (2004): Тенденции в характеристиките на международните съвместни предприятия: глобален сравнителен анализ, mimeo, Икономически институт, Българска академия на науките, София.

Търговско право (1993): "Създаване на "смесени дружества" в източноевропейските страни", *Търговско право*, 1: 69-72.

Marangozov, I. (2005): "Characteristics of the International Joint Ventures in Bulgaria (1989-2003)", *European Business Review*, 17(3): 242-262.

Библиография от чуждестранни автори

Adamiec, J. (1991): "Les Sociétés Mixtes en Europe de l'Est", *Revue d'Études Comparatives Est-Ouest*, 22(1): 93-110.

Afriyie, K. (1988): "Factor Choice Characteristics and Industrial Impact of Joint Ventures: Lessons from a Developing Economy", *Columbia Journal of World Business*, Fall: 51-62.

Agarwal, S. (1994): "Socio-Cultural Distance and the Choice of Joint Ventures: A Contingency Perspective", *Journal of International Marketing*, 2(2): 63-80.

Agarwal, S. & Ramaswami, S. N. (1992a): "Choice of Foreign Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internalization Factors", *Journal of International Business Studies*, 23(1): 1-27.

Agarwal, S. & Ramaswami, S. N. (1992b): "Choice of Organizational Form in Foreign Markets: A Transaction Cost Perspective", Paper Presented at the 1992 AIB Annual Meeting in Brussels.

Alchian, A. A. (1950): "Uncertainty, Evolution, and Economic Theory", *Journal of Political Economy*, 58 (June): 211-221.

Alchian, A. A. & Demsetz, H. (1972): "Production, Information Costs, and Economic Organization", *American Economic Review*, 62(5): 777-795.

Alchian, A. A. & Woodward, S. (1988): "The Firm is Dead; Long Live the Firm. A Review of Oliver E. Williamson's *The Economic Institutions of Capitalism*", *Journal of Economic Literature*, 26 (March): 65-79.

Anderson, E. & Gatignon, H. (1986): "Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions", *Journal of International Business Studies*, 17(3): 1-26.

Ansoff, I. (1965): *Corporate Strategy*, McGraw-Hill, New York.

- Ariño, A., de la Torre, J., Doz, Y., Ring, P. S. & Lorenzoni, G. (2002): "Process Issues in International Alliance Management: A Debate on the Evolution of Collaboration", *Managing Transnational Firms*, 14: 175-220.
- Artisien, P. F. R. & Buckley, P. J. (1985): "Joint Ventures in Yugoslavia: Opportunities and Constraints", *Journal of International Business Studies*, 16(1): 111-135.
- Auster, E. R. (1987): "International Corporate Linkages: Dynamic Forms in Changing Environments", *Columbia Journal of World Business*, Summer: 3-6.
- Auster, E. R. (1992): "The Relationship of Industry Evolution to Patterns of Technological Linkages, Joint Ventures, and Direct Investment between U.S. and Japan", *Management Science*, 38(6): 778-792.
- Barba Navaretti, G., Santarelli, E. & Vivarelli, M. (2002): "The Role of Subsidies in Promoting Italian Joint Ventures in Least Developed and Transition Economies", *Applied Economics*, 34: 1563-1569.
- Beamish, P. W. & Inkpen, A. C. (1995): "Keeping International Joint Ventures Stable and Profitable", *Long Range Planning*, 28(3): 26-36.
- Bell, J.H.J. (1996): *Single or Joint Venturing? A Comprehensive Approach to Foreign Entry Mode Choice*, Avebury, Aldershot, England.
- Benito, G. R. G. (1996): "Ownership Structures of Norwegian Foreign Subsidiaries in Manufacturing", *International Trade Journal*, 10(2): 157-198.
- Bertalanffy, L. [(1968) 1976]: *Teoría General de los Sistemas*, F.C.E., México.
- Blodgett, L. L. (1991): "Partner Contributions as Predictors of Equity Share in International Joint Ventures", *Journal of International Business Studies*, 22(1): 63-78.
- Borys, B. & Jemison, D. B. (1989): "Hybrid Arrangements as Strategic Alliances: Theoretical Issues in Organizational Combinations", *Academy of Management Review*, 14(2): 234-249.
- Bower, D. J. (1993): "Successful Joint Ventures in Science Parks", *Long Range Planning*, 26(6): 114-120.
- Bresser, R. K. F. (1988): "Matching Collective and Competitive Strategies", *Strategic Management Journal*, 9(4): 375-385.
- Brodley, J. F. (1982): "Joint Ventures and Antitrust Policy", *Harvard Law Review*, 95(7): 1523-1590.
- Brouthers, K. D. & Bamossy G. J. (1999): "A Longitudinal Study of IJV Performance in Eastern Europe", mimeo, The William Davidson Institute at the University of Michigan Business School, Ann Arbor, Michigan, USA.
- Brouthers, K. D., Brouthers, L. E., Werner, S. & Lascu, D-N. (1993): "An Integrating Model of International Entry Mode Selection: The Case of the Computer Software Industry", Paper Presented at the 1993 AIB Annual Meeting in Hawaii.
- Brouthers, K. D., Brouthers, L. E. & Wilkinson, T. J. (1995): "Strategic Alliances: Choose Your Partners", *Long Range Planning*, 28(3): 18-25.
- Buckley, P. J. (1983): "New Theories of International Business: Some Unresolved Issues", in Casson, M. (Ed.), *The Growth of International Business*, George Allen & Unwin, London, pp. 34-50.
- Buckley, P. J. (1988): "The Limits of Explanation: Testing the Internalization Theory of the Multinational Enterprise", *Journal of International Business Studies*, 19(2): 181-193.
- Buckley, P. J. (1990): "Problems and Developments in the Core Theory of International Business", *Journal of International Business Studies*, 21: 657-665.
- Buckley, P. J. & Casson, M. (1976): *The Future of the Multinational Enterprise*, Macmillan, London.
- Buckley, P. J. & Casson, M. (1985): *The Economic Theory of the Multinational Enterprise*, St. Martin's Press, New York.
- Buckley, P. J. & Casson, M. (2003): "The Future of the Multinational Enterprise in Retrospect and in Prospect", *Journal of International Business Studies*, 34: 219-222.
- Burton, F. N. & Saelens, F. H. (1982): "Partner Choice and Linkage Characteristics of International Joint Ventures in Japan: An Exploratory Analysis of the Inorganic Chemicals Sector", *Management International Review*, 22: 20-29.
- Casson, M. (1982): "Transaction Costs and the Theory of the Multinational Enterprise", in Rugman, A. M. (Ed.), *New Theories of the Multinational Enterprise*, St. Martin's Press, New York.
- Casson, M. (1995): *The Organisation of International Business*, Edward Elgar, Aldershot, U.K.
- Caves, R. E. (1982): *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Chamberlin, E. H. [(1933) 1956]: *Teoría de la Competencia Monopólica*, F.C.E., México (Original Title: *The Theory of Monopolistic Competition*).

- Coase, R. H. (1937): "The Nature of the Firm", *Economica*, N.S., 4 (November): 386-405.
- Coase, R. H. (1960): "The Problem of Social Cost", *Journal of Law and Economics*, 3 (October): 1-44.
- Commons, J. R. (1934): *Institutional Economics*, The University of Wisconsin Press, Madison, WI.
- Contractor, F. J. (1986): "International Business: An Alternative View", *International Marketing Review*, Spring: 74-85.
- Contractor, F. J. (1990): "Contractual and Cooperative Forms of International Business: Towards a Unified Theory of Modal Choice", *Management International Review*, 30(1): 31-54.
- Contractor, F. J. & Lorange, P. (1988): "Competition vs. Cooperation: A Benefit/Cost Framework for Choosing between Fully-Owned Investments and Cooperative Relationships", *Management International Review*, 28 (Special Issue): 5-18.
- Costa Campí, M. T. (1989): "La Cooperación entre Empresas, Nueva Estrategia Competitiva", *Economía Industrial*, 266: 27-45.
- Demsetz, H. (1967): "Toward a Theory of Property Rights", *American Economic Review*, 57: 347-359.
- Demsetz, H. (1968): "The Cost of Transacting", *Quarterly Journal of Economics*, 82(1): 34-53.
- Demsetz, H. (1988): "The Theory of the Firm Revisited", *Journal of Law, Economics and Organization*, 4(1): 141-161.
- Devlin, G. & Bleackley, M. (1988): "Strategic Alliances - Guidelines for Success", *Long Range Planning*, 21(5): 18-23.
- Dunning, J. H. (1973): "The Determinants of International Production", *Oxford Economic Papers*, 25: 289-336.
- Dunning, J. H. (1979): "Explaining Changing Patterns of International Production: In Defence of the Eclectic Theory", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41: 269-295.
- Dunning, J. H. (1980): "Towards an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests", *Journal of International Business Studies*, 11(1): 9-31.
- Dunning, J. H. (1981 a): *International Production and the Multinational Enterprise*, Allen & Unwin, London.
- Dunning, J. H. (1981 b): "Explaining the International Direct Investment Position of Countries: Toward a Dynamic or Developmental Approach", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 117(1): 30-64.
- Dunning, J. H. (1982): "International Business in a Changing World Environment", *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, 143: 351-373.
- Dunning, J. H. (1983): "Market Power of the Firm and International Transfer of Technology: An Historical Excursion", *International Journal of Industrial Organization*, 1: 333-353.
- Dunning, J. H. (1986): "The Investment Development Cycle Revisited", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 122(4): 667-676.
- Dunning, J. H. (1988): "The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions", *Journal of International Business Studies*, 19 (Spring): 1-31.
- Dunning, J. H. (1989): "The Study of International Business: A Plea for a More Interdisciplinary Approach", *Journal of International Business Studies*, 20 (Fall): 411-436.
- Dunning, J. H. (1990): "The Eclectic Paradigm of International Production: A Personal Perspective", in Sugden, R. & Pitelis, C. (Eds.), *The Nature of the Transnational Firm*, Routledge, London.
- Dunning, J. H. (1995): "Reappraising the Eclectic Paradigm in an Age of Alliance Capitalism", *Journal of International Business Studies*, 26(3): 461-491.
- Dunning, J. H. (1998): "Location and the Multinational Enterprise: A Neglected Factor?", *Transnational Corporations*, 5(3): 1-30.
- Dunning, J. H. (2003): "Some Antecedents of Internalization Theory", *Journal of International Business Studies*, 34: 108-115.
- Economist, The (1984): "Co-Operative Capitalist Plots", February 11: 69.
- Emerson, R. M. (1962): "Power-Dependence Relations", *American Sociological Review*, 27: 31-41.
- Erramilli, M. K. (1991): "The Experience Factor in Foreign Market Entry Behaviour of Service Firms", *Journal of International Business Studies*, 22(3): 479-501.
- Erramilli, M. K. & Rao, C. P. (1993): "Service Firms' International Entry-Mode Choice: A Modified Transaction-Cost Analysis Approach", *Journal of Marketing*, 57(July): 19-38.
- Faulkner, D. O. & de Rond, M. (2000): "Perspectives on Cooperative Strategy", in Faulkner, D. O. & de Rond, M. (Eds.), *Cooperative Strategy. Economic, Business, and Organizational Issues*, Oxford University Press, Oxford, pp. 3-39.

- Fernández Sánchez, E. (1991): "La Cooperación Empresarial", *Información Comercial Española*, 693: 25-38.
- Freeman, C. & Hagedoorn, J. (1992): "Globalization of Technology", mimeo, Maastricht Research Institute of Innovation and Technology (MERIT), Maastricht, The Netherlands.
- Friedmann, W. G. & Kalmanoff, G. (1961): *Joint International Business Ventures*, Columbia University Press, New York.
- García Canal, E. (1999): "Cooperative Agreements in Spain after its Integration into the European Union", *European Business Review*, 99(2): 105-114.
- García Canal, E., López Duarte, C. & Valdés Llana, A. (1997): "Tendencias Empíricas en las Empresas Conjuntas Internacionales Creadas por Empresas Españolas (1986-1996)", mimeo, Universidad de Oviedo, Oviedo, España, pp. 1-20.
- Gatignon, H. & Anderson, E. (1988): "The Multinational Corporation's Degree of Control over Foreign Subsidiaries: An Empirical Test of a Transaction Cost Explanation", *Journal of Law, Economics, and Organization*, 4(2): 305-336.
- Geringer, M. J. (1991): "Strategic Determinants of Partner Selection Criteria in International Joint Ventures", *Journal of International Business Studies*, 22(1): 41-62.
- Ghemawat, P. (1986): "Sustainable Advantage", *Harvard Business Review*, September-October: 53-58.
- Gomes-Casseres, B. (1989): "Ownership Structures of Foreign Subsidiaries: Theory and Evidence", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 11(1): 1-25.
- Gomes-Casseres, B. (1990): "Firm Ownership Preferences and Host Government Restrictions: An Integrated Approach", *Journal of International Business Studies*, 21(1): 1-22.
- Goodnow, J. D. (1985): "Developments in International Mode of Entry Analysis", *International Marketing Review*, 2 (Autumn): 17-30.
- Gugler, P. (1992): "Building Transnational Alliances to Create Competitive Advantage", *Long Range Planning*, 25(1): 90-99.
- Hall, A. D. & Fagen, R. E. (1956): "Definition of System", *General Systems*, 1: 18-28.
- Hamel, G. (1991): "Competition for Competence and Inter-Partner Learning within International Strategic Alliances", *Strategic Management Journal*, 12 (Special Issue): 83-103.
- Hamel, G., Doz, Y. L. & Prahalad, C. K. (1989): "Collaborate with your Competitors and Win", *Harvard Business Review*, 67(1): 133-139.
- Harbison, J. R. & Pekar, P. Jr. (1998): *Smart Alliances: A Practical Guide to Repeatable Success*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, CA.
- Harrigan, K. R. (1986): *Managing for Joint Venture Success*, Lexington Books, Lexington, MA.
- Harrigan, K. R. (1987): "Strategic Alliances: Their New Role in Global Competition", *Columbia Journal of World Business*, Summer: 67-69.
- Harrigan, K. R. & Newman, W. H. (1990): "Bases of Interorganizational Co-Operation: Propensity, Power, Persistence", *Journal of Management Studies*, 27(4): 417-434.
- Hennart, J-F. (1982): *A Theory of the Multinational Enterprise*, University of Michigan Press, Ann Arbor, MI.
- Hennart, J-F. (1986): "What is Internalization?", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 122(4): 791-804.
- Hennart, J-F. (1990): "The Transaction Cost Theory of the Multinational Enterprise", in Sugden, R. & Pitelis, C. (Eds.), *The Nature of the Transnational Firm*, Routledge, London, pp. 81-116.
- Hennart, J-F. (1991): "The Transaction Costs Theory of Joint Ventures: An Empirical Study of Japanese Subsidiaries in the United States", *Management Science*, 37(4): 483-497.
- Hill, C. W. L., Hwang, P. & Kim, W. C. (1990): "An Eclectic Theory of the Choice of International Entry Mode", *Strategic Management Journal*, 11(2): 117-128.
- <http://www.alliancestrategy.com/MainPages/Presentations>
- Inkpen, A. C. & Crossan, M. M. (1995): "Believing is Seeing: Joint Ventures and Organization Learning", *Journal of Management Studies*, 32(5): 595-618.
- James, B. G. (1985): "Alliance: The New Strategic Focus", *Long Range Planning*, 18(3): 76-81.
- Jarillo, J-C. (1989): "Ventaja Competitiva y Ventaja Cooperativa", *Economía Industrial*, 266: 69-75.
- Jarillo, J-C. & Stevenson, H. H. (1991): "Cooperative Strategies - The Payoffs and the Pitfalls", *Long Range Planning*, 24(1): 64-70.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976): "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure", *Journal of Financial Economics*, 3 (November): 305-360.
- Johanson, J. & Vahlne, J-E. (1977): "The Internationalization Process of the Firm - A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments", *Journal of International Business Studies*, 8 (Spring/Summer): 23-32.

- Johanson, J. & Vahlne, J-E. (1990): "The Mechanism of Internationalization", *International Marketing Review*, 7(4): 11-24.
- Johanson, J. & Wiedersheim-Paul, F. (1975): "The Internationalization of the Firm - Four Swedish Cases", *Journal of Management Studies*, 12(3): 305-322.
- Khanna, T. (1998): "The Scope of Alliances", *Organization Science*, 9(3): 340-355.
- Kirby, D. A. & Kaiser, S. (2003): "Joint Ventures as an Internationalisation Strategy for SMEs", *Small Business Economics*, 21: 229-242.
- Klassen, H. U. (1992): "Les Formes de l'Investissement Étranger en République Populaire de Chine", in Langefeld-Wirth, K. & Garcia, A. (Eds.), *Les Joint Ventures Internationales. Pratiques et Techniques Contractuelles des Coentreprises Internationales*, GLN Joly Éditions, Paris, pp. 373-382.
- Klein, B., Crawford, R. G. & Alchian, A. A. (1978): "Vertical Integration, Appropriable Rents, and the Competitive Contracting Process", *Journal of Law and Economics*, 21: 297-326.
- Klein, S. & Zif, J. (1992): "Joint Ventures Locales frente a Globales", *Economía Industrial*, 283: 61-66.
- Kogut, B. (1988): "Joint Ventures: Theoretical and Empirical Perspectives", *Strategic Management Journal*, 9(4): 319-332.
- Kogut, B. & Singh, H. (1988): "Entering the United States by Joint Venture: Competitive Rivalry and Industry Structure", in Contractor, F. J. & Lorange, P. (Eds.), *Cooperative Strategies in International Business*, Lexington Books, Lexington, MA, pp. 241-251.
- Koh, J. & Venkatraman, N. (1991): "Joint Venture Formations and Stock Market Reactions: An Assessment in the Information Technology Sector", *Academy of Management Journal*, 34(4): 869-892.
- Larimo, J. (1993): "Foreign Direct Investment Behaviour and Performance: An Analysis of Finnish Direct Manufacturing Investments in OECD Countries", *Acta Wasaensia*, No. 32, University of Vaasa, Vaasa, Finland.
- Lei, D. (1993): "Offensive and Defensive Uses of Alliances", *Long Range Planning*, 26(4): 32-41.
- Lyles, M. A. (1988): "Learning among Joint Venture Sophisticated Firms", *Management International Review*, 28 (Special Issue): 85-97.
- Lyles, M. A., Doanh, L. D. & Barden, J. Q. (2000): "Trust, Organizational Controls, Knowledge Acquisition from the Foreign Parents, and Performance in Vietnamese International Joint Ventures", mimeo, The William Davidson Institute at the University of Michigan Business School, Ann Arbor, Michigan, USA.
- Lyles, M. A. & Salk, J. E. (1996): "Knowledge Acquisition from Foreign Parents in International Joint Ventures: An Empirical Examination in the Hungarian Context", *Journal of International Business Studies*, 27(5) (Special Issue): 877-903.
- Lynch, R. (1989): *The Practical Guide to Joint Ventures and Corporate Alliances: How to Form, How to Organize, How to Operate*, Wiley, New York.
- Madhok, A. (1994): "Mode of Foreign Market Entry: An Empirical Investigation of Transaction Costs and Organizational Capability Perspectives", mimeo, University of Utah, USA.
- Malmgren, H. B. (1961): "Information, Expectations and the Theory of the Firm", *Quarterly Journal of Economics*, August: 399-421.
- Mariti, P. & Smiley, R. H. (1983): "Co-operative Agreements and the Organization of Industry", *Journal of Industrial Economics*, 31(4): 437-451.
- Marshall, A. [(1890) 1963]: *Principios de Economía*, Aguilar, Madrid (Original Title: *Principles of Economics*).
- Miller, K. D. (1992): "A Framework for Integrated Risk Management in International Business", *Journal of International Business Studies*, Second Quarter: 311-331.
- Murray, E. A. Jr. & Mahon, J. F. (1993): "Strategic Alliances: Gateway to the New Europe?", *Long Range Planning*, 26(4): 102-111.
- Nielsen, R. P. (1988): "Cooperative Strategy", *Strategic Management Journal*, 9(4): 475-492.
- Nonaka, I. (1994): "A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation", *Organization Science*, 5(1): 14-37.
- Nueno, P. & Oosterveld, J. (1988): "Managing Technology Alliances", *Long Range Planning*, 21(3): 11-17.
- Ohmae, K. (1982): *The Mind of the Strategist*, McGraw-Hill, New York.
- Ohmae, K. (1986): "Becoming a Triad Power: The New Global Corporation", *International Marketing Review*, Autumn: 7-20.
- Ouchi, W. G. (1980): "Markets, Bureaucracies and Clans", *Administrative Science Quarterly*, 25(1): 129-141.

- Padmanabhan, P. & Cho, K. R. (1994): "Ownership Strategy for a Foreign Affiliate: An Empirical Investigation of Japanese Firms", Paper Presented at the 1994 AIB Annual Meeting in Boston.
- Parkhe, A. (1991): "Interfirm Diversity, Organizational Learning, and Longevity in Global Strategic Alliances", *Journal of International Business Studies*, 22(4): 579-601.
- Parkhe, A. (1993): "'Messy' Research, Methodological Predispositions, and Theory Development in International Joint Ventures", *Academy of Management Review*, 18(2): 227-268.
- Pekar, P. Jr. & Allio, R. (1994): "Making Alliances Work - Guidelines for Success", *Long Range Planning*, 27(4): 54-65.
- Perlmutter, H. V. & Heenan, D. A. (1987): "La Cooperación para Competir en el Mercado Mundial", *Harvard-Deusto Business Review*, 30: 49-58.
- Pfeffer, J. & Nowak, P. (1976): "Joint Venture and Interorganizational Interdependence", *Administrative Science Quarterly*, 21(3): 398-418.
- Pfeffer, J. & Salancik, G. R. (1978): *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*, New York: Harper & Row Publishers, Inc..
- Porter, M. E. (1980): *Competitive Strategy*, Free Press, New York.
- Porter, M. E. (1985): *Competitive Advantage*, Free Press, New York.
- Porter, M. E. (1987): "From Competitive Advantage to Corporate Strategy", *Harvard Business Review*, May-June: 43-59.
- Porter, M. E. (1988): "La Competencia en las Industrias Globales: Un Marco Conceptual", *Información Comercial Española*, Junio: 71-100 [Porter, M. E. (1986): "Competition in Global Industries: A Conceptual Framework", in Porter, M. E. (Ed.), *Competition in Global Industries*, Harvard Business School Press, Boston, MA, pp. 15-60].
- Porter, M. E. & Fuller, M. B. (1988): "Coaliciones y Estrategia Global", *Información Comercial Española*, Junio: 101-120 [Porter, M. E. & Fuller, M. B. (1986): "Coalitions and Global Strategy", in Porter, M. E. (Ed.), *Competition in Global Industries*, Harvard Business School Press, Boston, MA, pp. 315-343].
- Ramanathan, K., Seth, A. & Thomas, H. (1997): "Explaining Joint Ventures: Alternative Theoretical Perspectives", in Beamish, P. W. & Killing, J. P. (Eds.), *Cooperative Strategies: North American Perspectives*, The New Lexington Press, San Francisco, pp. 51-85.
- Rapoport, A. (1968): *Modern Systems Research for the Behavioral Scientist*, Aldine, Chicago.
- Reich, R. B. & Mankin, E. D. (1986): "Joint Ventures with Japan Give Away our Future", *Harvard Business Review*, 64(2): 78-86.
- Richter, F.-J. & Vettel, K. (1995): "Successful Joint Ventures in Japan: Transferring Knowledge through Organizational Learning", *Long Range Planning*, 28(3): 37-45.
- Robinson, J. [(1933) 1946]: *La Economía de la Competencia Imperfecta*, Aguilar, Madrid (Original Title: *The Economics of Imperfect Competition*).
- Robson, M. J., Leonidou, L. C. & Katsikeas, C. S. (2002): "Factors Influencing International Joint Venture Performance: Theoretical Perspectives, Assessment, and Future Directions", *Management International Review*, 42(4): 385-418.
- Roig, B. (1989): "Estrategias Cooperativas", *Economía Industrial*, 266: 77-85.
- Rugman, A. M. (1981): *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*, Croom Helm, London.
- Rugman, A. M. (1986): "New Theories of the Multinational Enterprise: An Assessment of Internalization Theory", *Bulletin of Economic Research*, 38(2): 101-118.
- Rugman, A. M. & Verbeke, A. (1992): "A Note on the Transnational Solution and the Transaction Cost Theory of Multinational Strategic Management", *Journal of International Business Studies*, 23(4): 761-771.
- Sasaki, T. (1993): "What the Japanese have Learned from Strategic Alliances", *Long Range Planning*, 26(6): 41-53.
- Shane, S. A. (1993): "The Effect of Cultural Differences in Perceptions of Transactions Costs on National Differences in the Preference for International Joint Ventures", *Asia Pacific Journal of Management*, 10(1): 57-69.
- Sherman, S. (1992): "Are Strategic Alliances Working?", *Fortune*, September 21: 47-48.
- Simon, H. A. [(1945) 1982]: *El Comportamiento Administrativo*, Aguilar, Buenos Aires (Original Title: *Administrative Behavior*).
- Simon, H. A. (1959): "Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science", *American Economic Review*, 49 (June): 253-283.
- Simon, H. A. (1978): "Rationality as Process and as Product of Thought", *American Economic Review*, 68(2): 1-16.

- Stiles, J. (1994): "Strategic Alliances: Making Them Work", *Long Range Planning*, 27(4): 133-137.
- Stiles, J. (1995): "Collaboration for Competitive Advantage: The Changing World of Alliances and Partnerships", *Long Range Planning*, 28(5): 109-112.
- Stopford, J. M. & Wells, L. (1972): *Managing the Multinational Enterprise*, Basic Books, New York.
- Sznajder, A. (1988): "Sociedades con Participación de Empresas Occidentales en los Países Socialistas de Europa", *Boletín Económico de Información Comercial Española*, 2163: 4759-4766.
- Teece, D. J. (1981): "The Multinational Enterprise: Market Failure and Market Power Considerations", *Sloan Management Review*, 22(3): 3-17.
- Teece, D. J. (1986): "Transaction Cost Economics and the Multinational Enterprise", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 7: 21-45.
- Tomlinson, J. W. L. (1970): *The Joint Venture Process in International Business*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Veblen, T. [(1904) 1965]: *La Teoría de la Empresa de Negocios*, Eudeba, Buenos Aires (Original Title: *The Theory of Business Enterprise*).
- Walras, L. [(1874) 1987]: *Elementos de Economía Política Pura*, Alianza Editorial, Madrid.
- Wiener, N. (1948): *Cybernetics*, Hermann, Paris.
- Williamson, O. E. (1975): *Markets and Hierarchies*, Free Press, New York.
- Williamson, O. E. (1979): "Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations", *Journal of Law and Economics*, 22 (October): 233-261.
- Williamson, O. E. (1981 a): "The Modern Corporation: Origins, Evolution, Attributes", *Journal of Economic Literature*, 19 (December): 1537-1568.
- Williamson, O. E. (1981 b): "The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach", *American Journal of Sociology*, 87(3): 548-577.
- Williamson, O. E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism*, Free Press, New York.
- Williamson, O. E. (1988): "The Logic of Economic Organization", *Journal of Law, Economics and Organization*, 4: 65-93.
- Williamson, O. E. (1991 a): "Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives", *Administrative Science Quarterly*, 36 (June): 269-296.
- Williamson, O. E. (1991 b): "Strategizing, Economizing, and Economic Organization", *Strategic Management Journal*, 12 (Winter): 75-94.
- Williamson, O. E. (1992): "Markets, Hierarchies, and the Modern Corporation: An Unfolding Perspective", *Journal of Economic Behaviour and Organization*, 17: 335-352.
- Williamson, O. E. (1994): "Evaluating Coase", *Journal of Economic Perspectives*, 8(2): 201-204.
- Yan, A. & Gray, B. (1994): "Bargaining Power, Management Control, and Performance in United States-China Joint Ventures: A Comparative Case Study", *Academy of Management Journal*, 37(6): 1478-1517.

НАРАСТВАЩАТА РОЛЯ НА КОРПОРАТИВНИЯ ИМИДЖ ЗА ОСИГУРЯВАНЕ НА КОРПОРАТИВНО ПРЕДИМСТВО В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Развитието на всеки бизнес – по-голям или по-малък, в съвременния свят става все по-зависимо от равнището и характера, от качеството на неговата публична комуникация. Тя се модифицира от индикатор за добро корпоративно управление в нейн все по-ценен нематериален актив. Като печели доверието на заинтересуваните страни той придобива фундаментално стратегическо значение за развитието и просперитета на компанията и е един от най-ефективните способи за достигане на конкурентно преимущество. Създаването и развитието на корпоративен имидж е най-съществена част от съвременната стратегия на позиционирането на компанията в динамично променящия се свят.

JEL: L21, L29, M30

Съвременният бизнес днес е в ситуация, която е твърде различна от познатата в близкото минало. Тя има нови и динамични характеристики и се измерва и с други, много по-богати критерии. Онова, което обединява многообразните подходи към описването ѝ е оценката, че днес светът сътворява един образ на бизнеса, в който все по-властно вписва своите изисквания към неговото социално поведение и бизнеспрактика. И никоя перспективно ориентирана компания, която иска да постига целите си, не може вече да си позволи да подценява този модел от социални очаквания и изисквания.

Вярно е, че във времето компаниите са експериментирали и са възприели различни подходи, за да се превърнат в конкурентоспособни на вътрешните и външни пазари. Те намаляват себестойността на продуктите, повишават квалификацията на служителите, използват най-съвременни технологии, до които могат да се доберат, стремят се да си осигурят добри и евтини суровини, да се възползват от изгодното си месторазположение, понижават цените, отделят повишено внимание на анализа на различни потоци информация, което им позволява да намират и използват най-благоприятните възможности.

В условията на глобализация обаче тези класически подходи за максимизиране на печалбите работят все по-трудно. Едно възможно обяснение е, че всички правят това, поради което по-рано или по-късно ефектите им за реализацията на корпоративната политика стават все по-ограничени. Освен това потребителите днес разполагат с множество алтернативи и практически на всеки продукт или услуга може да се намери

¹ Светослава Ковачева приключва редовната си докторантура през 2005 г. в катедра "Комуникация и връзки с обществеността" на Факултета по журналистика и масови комуникации в СУ "Св. Климент Охридски", e-mail: svetoslava_k@abv.bg.

заместител. Ето защо всяка компания трябва да търси и други ресурси, за да си създаде свои лоялни клиенти.

В същото време съвременните потребители все по-често избягват да потребяват продукти или услуги, произведени от компании, в чиято добросъвестност се съмняват. Това означава, че доверието на потребителя към компанията се превръща в основен, ключов фактор за постигане на собствените ѝ цели – непознатата компания, също както и тази с негативен имидж, рязко губи от своята конкурентоспособност и няма да е в състояние да постига бизнесцелите си.

Появи се и един нов проблем – за всяка компания вече става много трудно, дори невъзможно, завоюването на определен периметър на пазара, ако тя е социално дезинтегрирана. Достигането до консенсус със заобикалящата я социална среда, е ключова предпоставка за постигане и на собствените ѝ корпоративни цели.

Неоспорим факт е, че днес светът е станал много по-взискателен към бизнеса, отколкото в недалечното минало. Още през 80-те години на миналия век американски изследователи установиха, че потребителите са станали крайно недоволни от алчността на предприемачите, от тяхната неспособност да задоволят очакванията им, от прибягването до недобросъвестна реклама, от недостатъчната информация по въпроси, които особено силно я интересуват. (19, р.54-55)

Нарастват критиките към бизнеса, че в стремежа си към максимизиране на печалбите, той използва неприемливи и за обществото, и за природата средства. Транснационални корпорации например са обвинявани, че местят производствата си към страни с безпроблемно за тях екологично и трудово законодателство. Множат се обществените критики срещу тях, че не гарантират защитата на правата на работещите, експлоатират детски труд, плащат ниски трудови възнаграждения, ограничават свободата на съюзяване, безразлични и безотговорни са към изискванията на обществеността, мотивирани са единствено да действат, за да удовлетворяват своята “корпоративна алчност” и т.н.

Увеличават се подозренията, че бизнесът се опитва да регулира жизненото пространство на обикновените хора. Все повече жители на планетата се вълнуват от нарастващата сложност на организационните форми на труд, от автоматизирането на процеси, които поставят съдбата на милиони хора в ръцете на компютъризирани системи и др.

Глобализацията води до засилване негативното въздействие от дейността на компаниите върху околната среда. Това става не само на локално и регионално, но и на планетарно равнище. Забелязва се промяна в климата и характеристиките на озоновия слой на Земята, нарушаване на биохимическите цикли на химическите елементи, съкръщаване на биологичното разнообразие и др. Бизнесът е обвиняван за действия, които реално застрашават съществуването на човечеството. За подобни твърдения допринесоха и серия екологични катастрофи като масовото отравяне с талидомид на бебета, аварията на танкера “Тори Каньон” и разлива на нефт край живописното северно крайбрежие на Франция, гибелта на риби и други живи организми в хиляди шведски езера заради трансграничното въздушно замърсяване от Западна Европа и много други.

Според изследователи, виновник за изострянето на глобалната екологична криза е международното разделение на труда, при което индустриално развитите държави доставят на високи цени високотехнологична продукция, а останалите страни са източници и производители на суровини с ниски цени (14, 450). Така бизнесът, заедно с неконтролируемия ръст на числеността на населението на земята се разглежда като реална заплаха за начина на живот на съвремените хора.

Сред причините за повишеното внимание на обществеността към света на бизнеса трябва да посочим и собствената му практика, която нерядко се разминава с представите за почтеност и законност. Известен е случаят с компанията "Enron", с все по-големия брой криминални и граждански процеси срещу ръководства на компании, финансови институти и юридически фирми, вълната от банкрути и скандали, неустойчивостта на фондовия пазар, обусловена от преразглеждане резултатите от дейности на компании и обезпокоени инвеститори и т.н. Под съмнение са поставени основни професионални ценности, с които е бизнесът е свързан – обективност, независимост, честност.

Резкият спад на доверието към бизнеса се доказва от различни емпирични проучвания. През 1967 г. фирмата "Yankelovich, Skelly and White" провежда проучване за да измери доверието на публиката – неговите резултати показват равнище от 70%. Но аналогично проучване, осъществено четиринадесет години по-късно сочи, че общественото доверие към бизнеса е рухнало до 19%! (26)

В книгата си "Неизменните 22 закона на маркетинга" Ал Рийс и Джак Траут пишат: "Когато попитали Джон Кенет Гълбрайт какво, според него, мислят американците за най-големите корпорации в страната, той отвърнал, че се страхуват от силата им. Днес вече се страхуват от невежеството им" (5, въведение).

Всички тези негативни събития имат един неизбежен резултат – привличат вниманието на обществеността и водят до дискредитиране на позитивни корпоративни имиджи и трансформацията им в негативни, следователно – до възникване и бързо разширяване кризата на доверие между обществеността и бизнеса. А в условията на глобализация това засяга непосредствено вече всяка компания и може да има катастрофални последици за съдбата ѝ.

В условията на глобализация всяка компания е подложена и на нарастващ натиск от различни групи, обединени от специфични интереси. Така растящата тревога за екологичната безопасност въвлеча все повече хора в различни обществени формации, чиято кауза е чиста природна среда и е насочена срещу замърсяващия я с дейността си бизнес.

В този процес ключовата дума е "организиран интерес", т.е. инкорпориране на различните групи интереси в процеса на формиране и реализация на корпоративната политика. Това означава въвлечане на всяка компания, която влияе с дейността си на околната среда, в устойчиви и многообразни, комплексни взаимодействия с различни групи интереси – на акционери, клиенти, партньори, потребители, еколози, медии и др. Чрез тези взаимодействия различни хора получават възможността да стимулират или ограничават поведението на бизнеса.

В света например е формирано мощно движение на антиглобалистите, чиито членове предявяват високи изисквания и поставят под съмнения дейността на редица компании. За консолидацията им помага и световната интернет мрежа, чрез която те за кратко време успяват да мобилизират милиони хора и да ги тласнат към конкретни действия. Резултатите са сериозни икономически щети.

Особено опасно е в подобна ситуация възникването на “криза на доверие” и поставянето под съмнения на корпоративната репутация. И затова за бизнеса от все по-съществено значение е накъде ще се насочи активността на неправителствените организации - дали те ще са фактор, който ще способства за собственото му развитие и укрепване или ще се превръщат в бариера пред реализацията на корпоративната политика. Разбираемо е, че оптималният вариант и за двете страни е налаганото на конструктивно взаимодействие помежду им.

Факт е, че сътрудничеството с неправителствени организации става важен ориентир на корпоративната стратегия на все повече компании. Нараства броят на компаниите, които създават и специални механизми за диалог с неправителствени организации. Съгласно проучване, проведено сред мениджъри на големи британски компании, около 70% от последните се намират под непосредственото въздействие на една или повече неправителствени организации (главно екологични). Ясно очертана тенденция е това въздействие да расте, което е принудило вече 20% от компаниите да включат и формални механизми за конструктивен диалог с подобни организации (15, 20).

Ето защо бизнесповедението се моделира все повече и под влияние на развиващото се глобално гражданско общество и по-специално на международните неправителствени организации. В тази ситуация корпоративният имидж представлява съществен ресурс за повишаване на конкурентоспособността на компанията, чрез привличане потенциала на собствената ѝ публика към реализацията на корпоративната политика.

Следователно подобна реакция на потребителите нито една компания не може да пренебрегне. И причината за това е, че тя става все по-зависима от общественото мнение, от цялостния социален контекст, в който реализира своята корпоративна политика. Нещо повече, оцеляването на всяка една компания е под въпрос, ако тя се окаже невъзприемчива към изискванията на потребителите. Все по-популярен в света става бойкота – отказа от покупка на продукти или услуги от компанията, загубила доверието на потребителите. Примери за това има много – бойкота против “Kraft Foods” и “Nabisco”, които бяха обвинени в продажба на цигари на непълнолетни, против “Levi Straus”, изнасящи заводите си в чужбина, срещу “Burger King”, обвинена в пропаганда на секс и насилие в своите телевизионни реклами и др.

Да се прави бизнес в подобна среда става все по-трудно. Затова бизнесът е заинтересуван да способства за управление на риска, като по-този начин си осигурява фундаментални предпоставки за максимизиране на своите печалби. “Рисковото общество изисква отваряне на процеса на вземане на решение не само от страна на държавата, но и на частните корпорации” – изтъква Улрих Бек в книгата си “Световното рисково общество” (1, 13).

Потребителите днес очакват от бизнеса и активна съпричастност в разрешаването на собствените им проблеми. Заедно с това обмислената и последователно реализирана стратегия на възприемане и неотклонно следване на корпоративна социална и екологична отговорност носи реални дивиденди и на обществото, и на компанията.

В тази променена ситуация позитивното решение на собствените проблеми, пред които е изправен бизнеса изискват самоограничения, преразглеждане на някои негови ценностни нагласи, по-пълно съобразяване с обществените такива, както и приемане на нови норми по отношение на природата и професионалните отношения. Както изтъква Питър Дракър – “новата реалност и породените от нея изисквания налагат преобръщане на стратегиите от последния век, дори нещо повече, промяна в съзнанието на организациите и отделната личност” (2,10).

При такава ситуация рязко нараства значението на един доскоро недооценяван или силно подценяван ресурс – на публичността, на ефективната корпоративна публична комуникация.² Днес усилията в тази област довеждат до повишаване ефективността на бизнеса в условията на растяща конкуренция на пазарите. Става все по-важно не само това, с което конкретно се занимава компанията, а представите за нейната предсказуемост, надеждност, социална отговорност и т.н. – характеристики, синтезирани в понятието “корпоративен имидж”. Когато процесът на неговото създаване и внедряване в социалното пространство е съзнателно управляван, то той реално допринася за разширяване на спектъра от нарастващи възможности пред всяка компания. Позитивният корпоративен имидж се превръща в мост към едно пълноценно и взаимноизгодно сътрудничество на компанията с нейните потребители и партньори. Ето защо завоюването на социално признание днес се оценява като много съществен ресурс за реализация на всяка корпоративна политика.

Осъзнаването на значението, което в условията на глобализация придобива позитивния корпоративен имидж за постигане на бизнесцелите, е на практика мотивация за нов тип конструктивна корпоративна политика, породена от други, непознати доскоро реалности. Това е както различен фокус, така и нови ресурси и енергия за развитие. В един силно конкурентен пазар конструирането и внасянето в социалното пространство на адекватен на реалността и на очакванията на потребители и партньори корпоративен образ, е не просто важен, но жизнено необходим елемент за появата на хомеостазата както компанията да развива собствената си вътрешна стабилност, така и възприятията за нея сред различните ѝ публики (потребители, доставчици, дистрибутори, различни лидери на общественото мнение и др.) да са позитивни и устойчиви, т.е. да възникне и укрепва доверието към нея.

Тук ще отбележим, че все по-широко се използва определението “общество на съучастниците” (stakeholder society) и съответно – stakeholders company. То доста точно отразява модерното разбиране, че населението, което е подложено на влиянието на компанията, е също заинтересувано от това, което тя върши. Защото в процеса на реализация на своята корпоративна политика, ориентирана към максимализация на печалбата, компанията може да

² Под публична комуникация тук ще разбирате тази комуникация, която получава публичен статут (public status) – в смисъл на такъв, свързан с откритост (общодостъпност) и с ориентация на общия интерес (17, 6-12).

влезе в конфликт с интересите на други общности. Например, да замърси околната природна среда, което ще доведе до напрежение между населението в региона и компанията. Концепцията, изразявана чрез stakeholder society предполага, че се отчитат и задоволяват интересите на всички заинтересувани страни, че е налице оптимално съчетаване на конкуренция и сътрудничество, при което и stakeholders company се обогатява с качествено нови характеристики.

Ролята на корпоративния имидж за достигане целите на всяка компания нараства в условията на глобализация. Управлението на процеса на неговото формиране и функциониране, както на вътрешно равнище (персонала на компанията), така и сред нейните целеви външни контрагенти в социалното пространство, е задължително условие за успешна реализация на всяка корпоративна политика. Корпоративният имидж е един от основните фактори за мотивиране на работниците и служителите в компанията към висококачествен и производителен труд, за спечелване на доверието на целевата публика и за завоюване на така необходимата на всяка компания конкурентоспособност.

Глобализацията е обективно развитие, при което дългосрочните интереси на корпоративния капитал имат приоритет и са движеща сила. Като един противоречив и неравномерен процес, тя се развива в условията на растяща взаимозависимост на стопанствата и на глобална мрежа от зависимости, които засягат всички области на социалното пространство. Същевременно е очертано противоречието между относително добра “координация” на капитали, финанси и търговия и бавна или липсваща политическа и културна координация. Това поставя всяка една компания в една много сложна ситуация, особено по отношение реализацията на предлаганите от нея продукти или услуги. Рязко нараства предлагането на нови продукти и услуги глобалните пазари. Така на американския пазар още през 1987 г. бяха предложени 14 254 нови продукта, а десет години по-късно те са вече 25 181 (7, 33).

Същевременно ресурсите се изравняват – драстично се увеличава еднообразието на стоки и продукти, особено по отношение на техните потребителски качества. Целият този пазар на продукти днес се конкурира за един сравнително ограничен брой потребители. Нарастващото многообразие на стоки – родни и от внос, поставя всеки национален производител в изключително трудната ситуация да бъдат забелязани тъкмо неговите продукти или услуги.

Новите технологии и особено Интернет променят на практика всекидневието на всяка съвременна компания. В твърде интересната си книга, посветена на бъдещето на корпоративната отчетност, С.ДиПиаз - президент на световноизвестната “PricewaterhouseCoopers” и Р.Еклз - основател и президент на компанията “Advisory Capital Partners Inc”, отбелязват, че новите технологии изменят всичко, с което една компания се занимава – от котировката на ценни книжа и аналитичните изследвания, до корпоративната отчетност. Като една от причините, обуславящи потребността от промени те сочат достъпността на широк спектър от финансова информация, привличаща на фондовите пазари милиони нови инвеститори. Информацията, която допреди десет години е можело да остане зад затворените врати на офисите, днес нерядко става предмет на широко публично обсъждане (12). Следователно и проблемът с доверието на обществеността получава съвсем ново звучене и значение, т.е.

проблемът с прозрачността на бизнеса придобива ключово значение не просто за успеха на всяка компания, но дори за нейното оцеляване на пазара. Затова и в условията на глобализация всяка компания е изправена пред необходимостта да търси нови, различни от традиционните, ресурси за реализация на собствената си корпоративна политика. Налагането на нейните продукти или услуги вече не може да се осъществява единствено чрез търсене на превъзходство на качества на един или друг продукт – това беше възможно в условията на една вече просъществувала в недалечното минало икономическа среда и при определен недостиг на продукти и услуги. Днес, в несекващата нито за миг битка за партньорство, инвестиции и нови пазари все по-важен фактор стават нематериалните ресурси на компанията, изразявани с понятието “публичност”. Както прогнозира в началото на 90-те години на миналия век известният социолог и историк Даниел Бурстин, настъпва времето, когато “езикът на имиджите” ще господства навсякъде (11, 193). Потребителят взема решение въз основа на представите, които има за един или друг производител, за конкретната икономическа организация. Затова недостигът на публичност в остро конкурентна среда заплашва всяка компания с разрушаване стойността на капитала ѝ.

Имиджът (от англ. или фр. “image” – образ, облик) е представата за конкретен обект сред членовете на една социална общност. Той не е абсолютно идентичен с този обект, за който е създаден, превръща се в една нова реалност, която не намира и не може да намери пълно покритие с обекта, за който се отнася. Като сложно социалнопсихологическо образование, той има свои вътрешни закони на “самовъзпроизводство”, способност да интегрира постоянно нови факти към вече изградената структура. Имиджът има свой, самостоятелен живот, мобилен е и подлежи на управление.

Определението “корпоративен” е с латински корен – от лат. corporatio – обединение, съобщество (в тази публикация съзнателно не се спираме на богатото съдържание на понятието “корпорация” – като вид, като термин, тълкуван нееднакво в различни законодателства, на неговата еволюция и пр., а го използваме като едно работно определение). Или това е образа на организация (компания) със стопанско предназначение, която произвежда продукти и услуги за пазара, занимава се с предприемаческа дейност, предвижда делови дял на собствениците, самостоятелен юридически статут и наличието на мениджмънт.

Като субективно отражение на действителността, корпоративният имидж е една сложно организирана система от представи за компанията, която има свои закони на развитие и устойчивост.

Компонентите, съставляват този имидж могат да бъдат представени и като негови подсистеми, доколкото те са изградени от различни елементи, които също се намират във взаимна връзка и зависимости. Едно от обясненията за това може да се намери във факта, че корпоративният имидж е резултат както на непосредствени наблюдения върху поведението една компания от страна на нейните публики (собственият им жизнен опит), така и от оценката на поведението на конкуренти, на тенденции в развитието на съответния сектор, в който работи компанията и т.н.

Сред различните компоненти на корпоративния имидж, разглеждан като системно образувание, могат да бъдат отделени и някои, които имат ключово

значение за неговото утвърждаване. То се определя от йерархията в потребностите на членовете на различни социални групи и степента на тяхната актуализация - например от развитото им чувство за гражданска отговорност, което се прехвърля и в очаквания за социално отговорно поведение на една конкретна компания към локални общности и др. Затова на въпроса кой е оптималния публичен образ, към който трябва да се стреми една конкретна компания, не може да се даде верен отговор, ако не се достигне концептуална еквивалентност на смисъла, т.е. на неговия "прочит" от страна на целевите групи, ако не се познават техните активирани потребности.

За да бъде ефективен, корпоративният имидж трябва да получи едно много важно качество – да се превърне в част от публичното пространство. Неговото основно функционално предназначение е да стане факт на това пространство. Това означава, че той трябва да е съобразен с неговите доминиращи характеристики, които са твърде динамични.

Видян от тази гледна точка корпоративният имидж трябва да отчете не само управлявани, но и стихийно формирани се представи, т.е. на различните публики, които са от значение за реализацията на корпоративната публика, респ. целевите публики на компанията. Те са различни и се определят от нейния характер, специфична професионална дейност, големина и др.

Важна характеристика на системата "корпоративен имидж" е, че тя е от отворен тип. Това означава, че нейната структура се модифицира съобразно натиска, идващ от социалната среда и най-вече от постоянните изменения в бизнес-средата. Следователно развитието на корпоративния имидж е резултат от вътрешната и външна динамика, самоадаптацията и взаимодействието с тази среда, важна негова характеристика е потенциалната му възможност да способства и за преобразуването ѝ. А това го прави устойчив в социалното пространство и способен да въздейства върху различни публики. Всяка затвореност и статичност на корпоративния имидж го обрича на неуспех при съществуващата жестока конкуренция, което неизбежно води до провал в реализацията и на корпоративната политика.

Даниел Бурстин очертава един кръг от изисквания, които се отправят към корпоративния имидж в полето на публичността:

- да е синтетичен, планиран, за да произведе определено впечатление с помощта на фирмен знак, търговска марка и вида на продукта. Продуктите на "IBM" асоциират с безупречно доверие.
- да е правдоподобен, достоверен. Той не само трябва да се идентифицира с конкретна компания, но трябва да отговаря на изискванията на здравия разум. Сред техниките, които помагат за това са съдържаност в изказванията, известно подценяване, премълчаване.
- да е пасивен – доколкото имиджът в определена степен съответства на действителността, то компанията се стреми по-скоро да наподобява имиджа, отколкото да го прави свое подобие. Публиката също в някаква степен трябва да съответства на имиджа. В същността си всички тези съотношения са пасивни. Или основните усилия в дейността по създаване на този имидж се прилагат не от компанията, а от експертите, които професионално са ангажирани да го запазват. Един формиран корпоративен имидж става толкова

важна реалност, че тя обуславя поведението на компанията, а не обратното – ако първоначално имиджът е възникнал като подобие на корпорацията, впоследствие компанията става негово подобие.

- трябва да бъде ярък и конкретен. Той по-добре ще работи, ако апелира към чувствата, бързо се възприема, концентрира се на определени черти и ярко осветлява един или няколко характерни признака на компанията.
- трябва да е опростен. За да се избегнат нежелателни ефекти, той трябва да е по прост от обекта, който представя. Най-ефективният имидж е простият и бързо запомнящ се.
- в известна степен следва да е неопределен, да е разположен между чувствата и разума, между очакванията и реалността; да устоява пред непредвидено развитие на събитията, пред промени във вкусовете, да съответства на желанията на различни публики (11, 184-194).

Като комплекс от изисквания, обхващащи различни области в цялостната реализация на компанията като член на обществото, корпоративния имидж се формира от реализацията на нейната политика в ключови направления (подсистеми), които имат своите измерения (показатели). Тези подсистеми са:

- **“сумарен корпоративен образ”**
 - ⇒ перспективно ориентирана компания, предсещаща промените в света и конкретно на пазарите, на които действа;
 - ⇒ реалистична и прагматична и използваща ситуациите такива, каквито са;
 - ⇒ устремена е към перфектност и непрекъснато усъвършенства предлаганите услуги и продукти, тяхната надеждност, обслужването, човешките взаимоотношения, конкурентоспособността, рентабилността и т.н., за да задоволява потребностите на клиентите си;
 - ⇒ водеща е на пазарите си и е международно призната;
- **“ефективност”**
 - ⇒ компания, чиято дейност е ориентирана към конкретни и ефективни резултати;
 - ⇒ оптимално използва ресурсите;
 - ⇒ защитава интересите на инвеститорите;
 - ⇒ стимулира и поддържа иновациите;
 - ⇒ има развита способност да предвижда спонтанното възникване на задържащи ефекти и развива една изпреварваща реакция спрямо тях;
 - ⇒ способна е да генерира печалби, развива деловата си дейност като осигурява разумна възвращаемост на средствата на собствениците;
- **мениджмънт**
 - ⇒ има реално, т.е. тясно свързано с живота управление, което е адаптивно и гъвкаво, реализира идеите за нови услуги и конкурентни стратегии по възможно най-ефективния начин;
 - ⇒ интегрира богат опит, знания и най-нови технологии;

- ⇒ създава обстановка, в която служителите могат да израстват, поощрява творческата им инициатива;
- ⇒ създава дух на колективизъм, на сътрудничество и взаимопомощ между хората;
- ⇒ мотивира персонала си за ефективен труд;
- **“професионализъм”**
 - ⇒ надеждна е;
 - ⇒ съответства на потребностите на клиентите;
 - ⇒ осигурява дълготрайност на продуктите;
 - ⇒ гарантира икономичността в използването им;
 - ⇒ демонстрира стремеж към непрекъснато обновление;
 - ⇒ разполага с висококвалифицирани кадри;
- **отношение към потребители и партньори**
 - ⇒ предлага продукти от високо качество, които удовлетворяват реални нужди на потребители и партньори;
 - ⇒ искрено е заинтересувана от разрешаване проблемите на потребители и партньори;
 - ⇒ не прави компромиси с отношението си към тях заради печалбата;
 - ⇒ основава дейността си на работни характеристики и ценности, които и осигуряват уважението и предаността на потребители и партньори;
 - ⇒ осигурява им широк обсег от качествени услуги в селектираните пазари по света;
 - ⇒ стриктно изучава и се съобразява с техните изисквания относно качеството на продуктите, сигурността, ефикасността им, както и към технологията на производството;
 - ⇒ установява справедливи цени;
 - ⇒ не участва в нечестна конкуренция и не ограничава необосновано конкуренцията;
- **“работна среда”**
 - ⇒ гарантира достойно заплащане на своите служители и работници, адекватно на техния принос за реализация на корпоративната политика;
 - ⇒ не допуска конфликтни ситуации, плод на лоша организация на работната среда;
 - ⇒ ограничава в разумни граници текучеството на кадри;
 - ⇒ идентифицира основните ценности и цели на компанията със собствените стремежи на вътрешните публики;
 - ⇒ повишава производителността на труда благодарение на ценности;
 - ⇒ подкрепя новаторския дух (стимулира предприемчивостта);
 - ⇒ работниците и служителите ѝ са привързани към това, което правят, т.е. мотивирани и ентузиазирани са за ефективен труд;

- ⇒ налице е корпоративна култура, която създава благоприятни условия за разгръщане на активността и инициативността на всеки работник и служител;
- ⇒ създава продуктивна среда за развитие на ценностите на компанията;
- **екологична отговорност**
 - ⇒ отчита нарастващата екологична компетентност, стимулирана от растящата тревога на милиони хора за собствената им безопасност;
 - ⇒ осъществява преход от екология и морал към активни действия и формиране на ангажирана с решаване на конкретни проблеми екологическа политика;
- **корпоративна социална отговорност**
 - ⇒ антипод е на арогантния бизнес, стремящ се към печалба и пренебрегващ етични ценности и норми;
 - ⇒ съпричастна е към социалните проблеми на локалната общност и според възможностите си използва собствени ресурси за разрешаването им;
 - ⇒ спазва законите и нормите на обществения живот;
 - ⇒ поема отговорността за въздействието на качеството на живота в локалната общност;
 - ⇒ отговорна е за света в който се развива и функционира;
 - ⇒ съпричастна е към решаването на сложни въпроси като социална незащитеност и културно разслоение;
 - ⇒ подкрепя утвърждаването в социалното пространство на ценности като толерантност, плурализъм, уважение към другия, към неговия начин на живот, чувство за гражданска отговорност, почтеност;
 - ⇒ реално допринася за създаване на стабилна икономика, способна да осигури потребностите на хората;
 - ⇒ печалбата за собствениците на компанията е източник и на средства за все по-качествено развитие на предприемаческата дейност, за да бъдат задоволявани индивидуалните и социалните потребности;
 - ⇒ не прави компромиси с доброто си име;
 - ⇒ установява прозрачност на управлението;
 - ⇒ предлага достъп до информация, отнасяща се до участието и приемане на решения;
 - ⇒ основна ценност за компанията е да бъде добър корпоративен гражданин;
 - ⇒ мисли глобално и действа локално.

Обстоятелството, че всеки корпоративен имидж е сложно структуриран поставя изискването той да носи един цялостен характер. Това означава, че отделните компоненти, които го изграждат не трябва да са в противоречие, а в публичното пространство да функционират съгласувано.

- **корпоративен образ за акционери:**
 - ⇒ компанията е ефективна;

- ⇒ използва оптимално ресурсите;
- ⇒ включва в персонала си само компетентни и висококвалифицирани хора;
- ⇒ икономична и пестелива е;
- ⇒ надеждна е и умножава парите им.
- **корпоративен образ за клиенти:**
 - ⇒ качество на продукта;
 - ⇒ съобразяване с актуалните интереси на клиента;
 - ⇒ сигурност;
 - ⇒ достъпност в цените.
- **корпоративен образ за местната общественост:**
 - ⇒ създава работни места;
 - ⇒ социално е отговорна;
 - ⇒ не създава, а разрешава екопроблеми.
- **корпоративен образ за работещите в компанията (нейната вътрешна публика):**
 - ⇒ перспективна е;
 - ⇒ надеждна е;
 - ⇒ щедра е;
 - ⇒ грижлива е;
 - ⇒ отговорна е.

В процеса на управлението на своя публичен образ компанията трябва да съгласува различните подобрази на корпоративния имидж по начин, при който те няма да си противоречат, а взаимно ще се допълват.

Създаването на един корпоративен имидж не е самоцелно – той притежава качеството функционалност, позволява постигането на определени цели, решаването на конкретни задачи. И всъщност нарастващия интерес в тази област е обусловен от съществените функции, които изпълнява в реализацията на всяка корпоративна политика и за достигане на нейната крайна цел – максимализиране печалбите на компанията.

Сред основните функции на корпоративния имидж от фундаментално значение са следните:

- **Функция на позициониране.**

Корпоративният имидж позиционира компанията на пазарите, на които реализира продуктите или услугите си. Най-същественият елемент от този процес е съотнасянето на собствената ѝ мисия с реалните потребности на нейните целеви публики (потребителите).

Известно е, че пазарът е не това, което е в магазина, а това, което е в съзнанието на потребителя. “Готовността на купувача да заплати за акция предложената му цена (в шест или шестдесет пъти превишаваща годишните дивиденди) зависи от позицията на компанията в неговото съзнание” (21, 169). Имиджът създава представата за компанията в съзнанието на публиката, като обект, който може да удовлетвори реални нейни потребности. Така с негова помощ се създават клиенти и партньори на компанията, за които е характерна една идентичност в оценките им за нея. Те са породени от реализацията на важната интегративна функция на имиджа – да приобщава, обединява и насочва чувствата на големи групи хора към компанията.

Ако липсва професионално реализирана програма за създаване, внасяне в публичното пространство и укрепване на корпоративен имидж, всяка компания ще се окаже изправена пред сериозни проблеми. Една от причините за появата им е свързана с все по-големите трудности, които съпровождат личностното ориентиране спрямо компаниите днес. "Стремителното развитие на технологиите и телекомуникациите, сложната глобална икономика, ожесточаващата се конкурентна борба формират замъгляваща съзнанието на хората среда" (25, 20). Други изследователи отбелязват, че информацията за многочислени проблеми парализира човешкото съзнание: хората все повече анализират и все по малко мислят (24, 15). Като демонстрира какво представлява компанията, за кого са предназначени нейните продукти или услуги и защо конкретната група от потребители е заинтересувана да я предпочете, корпоративния имидж компенсира неизбежните затруднения, които съпровождат определянето на всяка една личностна позиция към конкретна компания.

На тази основа се създава и нова, корпоративна общност (*corpora tio*), съставена от публика, лоялна на компанията.

- **Функция на диференциация.**

Посредством корпоративния имидж компанията се разграничава в социалното пространство от своите конкуренти, т.е. демонстрира собствената си уникалност. В условията на глобалното пазарно пространство тази функция придобива съдбоносно значение за оцеляването на компанията. Ако тя не създаде ефективно работещ корпоративен имидж за себе си, то няма да бъде разграничена от множеството подобни на нея и съществуването и е поставено под въпрос.

- **Функция на динамиката/мобилността.**

Свързана е с необходимостта компанията да е гъвкава и мобилна, което се обуславя от стремителните промени в условията на глобализиращата се икономика. Потребителите, акционерите, партньорите – всички те очакват да срещат непрекъснато доказателства, които да потвърждават, че компанията, на която са се доверили е в състояние да се адаптира към променящия се свят. Корпоративният имидж е призван да задоволява тази тяхна потребност и то изпреварващо, преди още компанията да е излязла на пазара с новите продукти или стратегии.

- **Функция на модификацията.**

Тя изразява активното въздействие на корпоративния имидж в цялостното социално пространство. За да бъде ефективен всеки имидж трябва да е съобразен с очакванията на целевата публика и натиска, идващ от други социални групи. Но заедно с това всеки професионално конструиран имидж е в състояние да оказва обратно въздействие на същото това пространство – като формира нагласи и очаквания към нови продукти, като превръща позитивни практики на отделни компании в модел за подражание и др. Така имиджа се превръща и в своеобразен модификатор на социалния контекст.

- **Антирискова функция.**

Всеки акт на покупка е рисков. Когато е налице действен, активен корпоративен имидж, този риск е намален, защото не е възможно компания с позитивен образ да предлага некачествен продукт. И ако това по неведоми пътища все пак се случи, то тя непременно ще компенсира по един достоен

начин потърпевшите. Корпоративният имидж удовлетворява една съществена човешка потребност – потребността от сигурност в един трудно предсказуем за обикновения човек свят. “Днес, когато избора е огромен, доверието пада, социалната мобилност нараства, а обществените и семейните връзки се късат, да не говорим и за избора на предмети, които ние не можем да видим или да разгледаме, потребителя изпитва дискомфорт... Познатото название или бренд придава на хората увереност, че те нямат основания за вълненията, които възникват у тях при “срещата” с неизвестни марки” (9, 182).

Става дума за недопускане на т.нар. когнитивен (познавателен) дисонанс – тревогата, която възниква в случай на конфликт между убежденията на индивида и реалността, на съмнения във вече взето решение от публиката. Според Л. Фестинджър, въвел в обръщение понятието когнитивен дисонанс, интензивността на тревогата нараства, когато решението психологически или финансово е важно, налице са отхвърлени варианти, отхвърлените варианти имат много благоприятни особености. Хората неохотно признават грешките си и затова се стремят да понижат дисонанса като потърсят и селектират информация, която потвърждава правилността на техните решения, като минимизират важността на негативните аспекти на решенията и преувеличават важността на позитивните аспекти и т.н. (16).

Вероятни причини за появата на подобен дисонанс биха могли да бъдат разочарование от контакта с реалността и посланията на корпорацията, сравнение с други корпорации и техните продукти, услуги и сервиз, убедителни аргументи, приведени от уважавани лидери на мнения.

Онова, което обединява всички тези функции е **информационната природа на корпоративния имидж**. Той предлага на публиката съвкупност от признаци, които ѝ позволяват да формира отношението си към компанията и да определи поведението си към нея и нейните продукти или услуги. А това означава, че имиджът не е пасивен, а активен, способен е да въздейства на съзнанието, емоциите и поведението на публиката, на която става достояние.

Важната роля на тази функция на корпоративния имидж е проверявана и в различни емпирични изследвания. Панелно проучване, осъществявано във Великобритания две десетилетия (1970 – 1990 г.), свидетелства какво съществено значение притежава позитивния корпоративен имидж при ориентацията на потребителите на пазара:

Мнения на потребители	Устойчиво ориентирани към съгласие (%)					
	1971	1973	1975	1982	1986	1989
Компания с добър имидж няма да продава лоши стоки	68	65	65	65	68	62
Отдавна основаните компании произвеждат най-добри стоки	52	52	51	51	55	39
Аз никога няма да си купя стока, произведена от компанията, за която аз никога не съм чувал	33	37	33	39	35	32
Новите марки на пазара обикновено са подобрени в сравнение със старите	33	27	37	25	31	28

Забелязва се ясно, че колкото по-висок е позитивния корпоративен имидж на конкретна компания, толкова тя е по-уважавана и клиентите са стимулирани да купуват нейните стоки (18).

И други проучвания показват зависимостта между представата за компанията и нейните продукти и крайните резултати: компаниите, чиито продукти или услуги се възприемат като висококачествени, регистрират 29% средна възвращаемост на инвестициите. И обратното, тези, чиито продукти се възприемат като нискокачествени, регистрират 13% възвращаемост на инвестициите (3, 139).

- **Функцията на корпоративен идентификационен статут**

Корпоративният имидж играе важна роля в създаването и запазването на корпоративен идентификационен статут. Ако той не се следва, значи не принадлежи към колектива на компанията. Така имиджа работи за корпоративната самоидентификация, т.е. за отъждествяване на работника и служителя с ценностите на компанията. Чрез него се постига повишаване на чувството им за ценност, което е резултат от идентификацията им с компания с позитивен имидж.

Следователно всеки наложен в публичното пространство позитивен корпоративен имидж има особено високо въздействие върху вътрешната публика (персонала) на компанията. Това може да бъде изразено с афоризма "да живееш на висотата на собствения си имидж". Естествено е служителите и работниците у компании с висок имидж да притежават и по-високо самочувствие от тези, които работят в неуважавани или често критикувани в медиите, компании. Така корпоративният имидж се превръща във съществен фактор на трудовата мотивация, а чрез нея – и в ресурс за повишаване на конкурентоспособността и производителността на труда в компанията.

Интересът, проявяван не единствено от изследователи, но и от практики към корпоративния имидж може да се обясни с факта, че по същество той е друг вид капитал за всяка компания – капитал, образуван от нейната публичност. Днес той води до нарастване на икономическата власт и гарантира допълнителна печалба на неговия собственик, като осигурява благоприятна обществена среда за реализация на корпоративната политика. Корпоративният имидж влияе на такива нематериални активи, като съзнание, увереност, предпочитание, привързаност на групи, от които зависят продажбите и др. Позитивирането му се отразява на такива видове делова активност, като пазари, потребители и доставчици, инвеститори, наемни работници, обществеността, ръководството. Устойчивият позитивен имидж работи за създаване на лоялни клиенти и партньори, осигурява подкрепата на общественото мнение, добри контакти с властите, а възможни конфликтни ситуации, които неизбежно се появяват във всяка дейност, се разрешават позитивно и с най-малък разход на ресурси и т.н.

Отрицателният корпоративен имидж в условията на глобалната икономика гарантира рязко нарастване на негативите във всяка област от дейността на компанията. Той води до появата на криза на доверие между нея и различните ѝ публики и до загуба на конкурентоспособност и завоювани позиции на пазара.

Проблемът обаче е в това, че дори и създадения позитивен корпоративен имидж не е застрахован от промени, нерядко в неблагоприятна за компанията

насока. Защото върху него оказват натиск различни фактори, някои от които са и извън непосредственото професионално поле, в което се реализира компанията. Криза на доверие например може да се появи под влияние на умело осъществена кампания за дискредитация от страна на конкурентна фирма. В социалната среда е възможно да възникнат процеси, които да поставят под съмнение екологично отговорното поведение на компанията – известно е, че потребителите са свръхчувствителни към всяка потенциална опасност за здравето им и пр.

Следователно управлението на корпоративния имидж в условията на глобализацията е от фундаментално значение за всяка компания.³ Чрез него компанията е в състояние да си осигури лоялни потребители, лидерство на пазара, добри финансови показатели, устойчива трудова мотивация на персонала и др. Значението му като инструмент за спечелване доверието на различни публики и за придобиване на така необходимата конкурентоспособност при това непрекъснато нараства. Точно затова той не би трябвало да е оставен под въздействието на стихийно протичащи процеси на формиране представите на потребители и партньори за конкретната кампания. Този процес трябва да е управляван, контролиран и подкрепян от страна на компанията, т.е. той да е неразделна част от собствения ѝ стратегически мениджмънт.

Концепцията за управление на корпоративен имидж не бива да е ограничена до представянето пред публиката на най-добрите страни от дейността на една компания – мнение, което доста често се среща в света на бизнеса. И не вероятността да се породят съмнения за пристрастност и липса на обективност в случая е водеща. По-съществен фактор е, че публиката не е пасивен обект в публичната комуникация – нещо, което един от “старейшините” в изследванията в областта на общуването като У.Шрам забелязва още през 70-те години на миналия век:” Публиката – пише той, противопоставяйки се на доминиращото по това време виждане за комуникацията като “теория на куршумите” – не е пасивна мишена, а точно обратното, тя е извънредно активна” (22, 245).

Системният характер на корпоративния имидж изисква необходимостта от диференциран подход към различните целеви публики. Всяка компания работи с различни социални групи, с които може да влезе в така необходимия за нея диалог, само върху основата на убедителни за последните послания, т.е. необходимо е задълбочено познаване на публиката. Нейните нееднакви характеристики – социално-демографски, социално-психологически, религиозни, социологически и други, обуславят потребността от диференциация в посланията, които се адресират до публиката от страна на компанията. Така често послания дори за обществено-значими прояви на компанията, т.е. засягащи ключови потребности и интереси на групи хора, остават неоценявани по достойнство от тях, поради невъзможността те да ги разберат (декодират). Ето защо онова, което ще донесе желаните резултати при конкретна целева група е възможно да осигури бумерангови ефекти, т.е. разминаващи се с преследваните цели ефекти, сред други групи.

³ Под управление на корпоративен имидж тук разбираме целенасоченото контролиране и ръководене на процеса на създаване, внасяне в публичното пространство и подкрепяне на един позитивен корпоративен имидж.

Реализацията на корпоративния имидж е възможна, когато корпоративните ценности, мисия и философия присъстват в цялостната дейност на компанията. Тя винаги е обречена на провал, когато влиза в противоречие с реалността. Или корпоративен имидж не може да се появи от нищото, а трябва да се създаде върху основата на реално съществуващи характеристики на бизнесорганизацията.

Имиджът не е само образа, сътворен от експертите по публична комуникация, които е ангажирала компанията. Той включва и онова, което сътворява въображението на публиката. Затова е много важно неговото конструиране и развитие да стане съвместно дело на компанията и публиката. А това предполага, че публичната комуникация е ориентирана не единствено към достигане на организационни цели, но и към осъществяване целите на публиката.

Следователно от концептуална гледна точка в процеса на управление на корпоративния имидж особено важно е публиката да бъде въввлечена в процеса на комуникацията с компанията. На практика това означава да бъдат активирани съществени за нея потребности.

Поведението на човека и различните роли, които той играе на социалната сцена, в най-голяма степен се определят от неговите потребности. Затова фундаментален принцип в създаването и внасянето в публичното пространство на корпоративния имидж е, той да е съобразен с водещата роля на човешките потребности.

Нарастващата конкуренция в резултат на задълбочаващата се глобализация поражда проблеми свързани с идентифицирането на преобладаващата част от компаниите в социалното пространство. И доколкото реализацията на корпоративната политика е в пряка връзка от намирането на адекватни способности не просто за привличане на потребители, а за превръщането им в лоялни потребители на компанията, то въпросът придобива ключово значение. Още повече, когато компанията се конкурира не само на локални или национални, а на световни пазари, където вече са наложени производители на сходни продукти или услуги.

Твърде важно в тази ситуация е познаването на технологията за създаване на представи (образи) в масовото съзнание. Всяка компания е заинтересувана да намери адекватни начини и техники, чрез които тя да бъде познавана от различните и целеви публики.

Ще припомним известната теорема на У. Томас – “събитие, определяно като реално, става реално по своите последици” (23,81). В аспекта на разглежданата проблематика може да предположим, че ако една социална група идентифицира системно по определени характеристики конкретна организация в конкретни поведенчески ситуации, то тя ще възприеме и определени критерии в отношението си към компанията. В този процес ролята на езика е от изключително значение – известно е, че освен комуникативна той изпълнява и функцията да влияе и да формира съзнанието.

Необходимостта от медийна политика в публичната комуникация на компанията е породена от ролята на медиите в съвременния глобализиращ се свят. Множество проучвания предлагат доказателства, които очертават тяхното могъщество в създаването на представи и модели за поведение на човека в XXI век. На практика за милиони хора те се превръщат не само в приоритетен,

но и в единствен основен източник на информация в почти всички области на техния социален живот.

Медиите имат съществени характеристики, които всяка компания трябва да отчете, когато пристъпи към създаване на собствената си медийна политика. Като например:

- заемат огромна част от бюджета на времето, ако я съпоставим с другите дейности на съвременния човек с изключение на съня и работата;
- функционалната им ангажираност е много богата – от разпространението на информация и развлечения до продажбата на стоки и услуги;
- практически неограничен е обхвата им – заради своята достъпност към общуване с тях може да се включи всеки, който е в състояние да декодира техните послания и има техническата възможност да осъществи контакт с тях;
- посланията им не просто са на достъпен език – самите медии определят езика на хората;
- комуникацията се осъществява чрез технически посредник, който при темпото на развитие на съвременните технологии вече прави възможен диалога “медия-потребител” в реално време;
- медиите определят темите, по които дискутират хората. Нещо повече, като тиражират модели на поведение, те на практика утвърждават правото на значимо присъствие в социалното пространство на едни или други обекти.

И в условията на глобализация медиите съхраняват основните си социални функции, дефинирани от Х. Ласуел и Ул. Шрам през втората половина на XX век:

- информационна (Information)
- убеждаваща (Persuasion)
- развлекателна (Entertainment) и
- разпространение на културни ценности (Transmission of the culture). (10, 17-27)

Съвременните медии притежават огромни възможности не само за своевременно информироване, но и за придаване на социална значимост на една организация. Проявеният от тях интерес към конкретна компания, поражда заинтересуваност към нея и у тяхната публика. Разпространяването чрез медиите материали в продължителен период – например няколко години, са в състояние да формират твърде устойчив образ на тази компания, който е в състояние да оказва съществено влияние на доверието, а съответно – и на поведението на големи социални групи към нея. Както отбелязва Доналд Робъртс, “повечето комуникации се произвеждат с намерението да се структурира някаква ситуация за някого друго, да накарат този някого да действа, вярва или чувства по определен начин” (6, 85).

Медиите притежават способността не просто да отразяват живота на една организация, да го правят открит и отчетлив за другите, но и периодично предоставят доказателства, които допринасят за закрепване на нейния образ в публичното пространство. Техните послания не просто осведомяват публиката

за неща, които са се случили, но те реално участват в производството и легитимизацията на дискурса за конкретни субекти. Тази закономерност – начина, по който дейността на една компания е оценявана в медиите, ще детерминира и отношението на тяхната публика към същата тази компания, обяснява защо нараства значението на публичната комуникация, която способства за кристализирането на самата публичност. В условията на глобализация, управлението на публичността е стратегически ресурс за всяка компания, защото непосредствено влияе върху реализацията на преследваните от нея цели.

В ситуацията, когато ще спечелиш, ако разполагаш с устойчив позитивен имидж, прилагането на печеливша технология за създаване и модифициране на представи в публичното пространство придобива изключително значение за всяка компания. Проблемът е, че изграждането на корпоративен имидж в условията на глобализация протича в динамична и променлива социална среда. Нейното изучаване и извеждането на проявили се вече закономерности и тенденции предлага изводи, необходими за целенасочено управление на този процес. Оптимално реализираната публична комуникация на компанията става все по-съществен фактор за успеха ѝ в условията на глобалното пазарно пространство.

От факта, че публичната комуникация на компанията присъства във всеки неин управленски акт не следва автоматично, че тя винаги и навсякъде е ефективно реализирана. Но когато тя е усложнена заради непрофесионалното ѝ осъществяване, то неизбежно възникват затруднения в разбирането и възприемането на корпоративната политика, а у различни социални групи се появява криза на доверието към компанията. В условията на глобализация неумението да се общува с групи с различни социални, социално-демографски, социално-психологически и други профили, лежи в основата на непрекъснато нарастващите проблеми, с които се сблъскват компаниите днес.

Стихийно формиращите се и опасни за интересите на компанията представи за нея сред нейните целеви публики трябва да бъдат заменени с професионално реализирана технология за публична комуникация. Само възприемането на професионален подход към проблематиката на корпоративната публичност, ще осигури преследваните резултати. Всяка непрофесионално реализирана дейност в областта на корпоративните публични комуникации означава не просто пилеене на ресурси, но определено създава проблеми, които нерядко се оказват фатални за съществуването на компанията. Ако тя не осъществява професионални взаимоотношения с различни публики, ако целенасочено не работи за представяне на своята политика пред тях, то в условията на нарастваща конкуренция нейният имидж започва да губи идентичността си.

В тази ситуация първостепенно значение за нормалното функциониране на всяка компания придобиват няколко взаимосвързани фактора – отговорност, прозрачност, публичност, които намират изява в корпоративния имидж. Дългогодишни изследвания в 14 страни, осъществени от изследователи на PricewaterhouseCoopers показват, че най-голяма изгода от по-широката публичност имат самите компании. Това позволява да се привличат повече дългосрочни инвестиции, облекчава достъпа до нов и по-евтин капитал, укрепва доверието към мениджърите и мотивира персонала, повишава курса на

акциите, постига се ефективно управление на отношенията с клиенти и потребители и др. (13).

Социалната технология, която е в състояние да мобилизира общественото мнение, да спестява времеви, интелектуални, духовни и материални ресурси, да създава комфортна социална среда, в която компанията ще работи без съществуващите я конфликти и кризи е Public Relations – PR. Както отбелязва Томас Харис, “от всички компоненти на интегрирания маркетинг само публичен рилейшънс притежава безценната съставка, която е основна за всяка програма по ИМК (интегрирани маркетингови комуникации-б.м.) – способността да добавя достоверност на съобщенията за продуктите... Единствено публичен рилейшънс може да запълни липсата на доверие в маркетинга” (8, 10-11). А според Ал и Лаура Рийс “в бъдеще клиентите ще се обръщат към фирми за публичен рилейшънс, които ще им помогнат да установят стратегическите насоки за развитие на марките...Маркетингът навлезе в ерата на Публичен Рилейшънс” (4, ххi). Използването на PR в съответствие с демократичните ценности и нейния професионален етичен кодекс съдействат за формиране на желано от компаниите общественото мнение, за привличането на големи социални групи в реализацията на бизнесцелите.

Технологията Public Relations (PR – публична комуникация) е създавана в продължение на десетилетия, за да добие днешния си концептуален и технологичен вид и възможности за постигане на взаимноизгодно сътрудничество с различни публики. Многообразието от подходи и средства, които прилагат специалистите в тази област, са съществено условие за успеха на всяка организационна политика, респ. и за просперитета на цялото общество. Тези възможности на PR-технологията стават особено значими, като се разглеждат ненамаляващите социални, етнически, расови, религиозни и други конфликти. PR е социална технология, която е в състояние да мобилизира общественото мнение в търсене на начини за тяхното решаване, като спестява време, интелектуални, духовни и материални ресурси. Използването ѝ в съответствие с демократичните ценности и нейния професионален етичен кодекс съдействат за формиране на желано общественото мнение, за привличането на големи социални групи в разрешаването на евентуални кризи, за ефективно управление на процеса на конструиране, внасяне в публичното пространство и непрекъсната подкрепа на корпоративния имидж.

Професионално осъществяваният PR разкрива нови перспективи и възможности пред всяка организация, вкл. и пред бизнесорганизациите. В условията на глобализацията и съпровождащата я и непозната за миналото ожесточена конкуренция, PR представлява ресурс от стратегическо значение за всяка компания.

*

Качеството на публичната комуникация на всяка съвременна компания става вече не само индикатор за добро корпоративно управление, но и нейн все по-ценен нематериален актив. В условията на глобализация той напуска доскоро отрежданата му периферна роля за крайните и резултати – като печели доверието на заинтересованите страни този нематериален актив

придобива фундаментално стратегическо значение за развитието и просперитета на компанията.

Развитието на всеки бизнес – по-голям или по-малък, в съвременния свят става все по-зависимо от равнището и характера, от качеството на неговата публична комуникация. Особено в условията на глобализацията – при стремителното развитие на Интернет-компаниите получават не само предимства, но се сблъскват и с нови трудности. Чрез Интернет се разпространяват много слухове, фалшиви сайтове, където компании са представени в неизгодна за тях светлина, много лъжлива информация и т.н. А това означава, че днес вече е станало много трудно да се изграждат добри връзки с обществеността, в сравнение с недалечното минало (20).

Цялостната дейност по създаването и внасянето в публичното пространство на корпоративния имидж е процес, в който се отчитат задължително всички нови предизвикателства, които околната среда отправя към компанията. Освен това поддържането на имиджа е един интензивен и непрекъсваем процес. Увеличаващата се сложност и взаимозависимост в съвременния свят поставя всяка компания пред изпитания и изисква от нея непрекъснати промени в стратегията и структурата ѝ. А това неизбежно поставя на изпитание и вече създадения корпоративен имидж, който също трябва да бъде променен, актуализиран, обогатяван, динамизиран. Всеки имидж реално е заплашен от обезличаване, дискредитиране и унищожение и от действия от страна на конкуренти.

Професионално управляваният процес на създаване, внасяне и подкрепа на корпоративния имидж осигурява на компанията желаната публичност и устойчиво я позиционира в пазарното пространство. В този процес се укрепва нейната корпоративна идентичност и имиджа ѝ на социално отговорен институт, което ѝ осигурява възможно най-широка подкрепа от страна на общественото мнение. Политиката на компанията става разбираема и близка до публиката, а това е един от най-мощните фактори за повишаване на нейната конкурентоспособност.

Концепцията за корпоративния имидж е един от най-ефективните начини за достигане на конкурентно преимущество в новия XXI век. Създаването и развитието на корпоративен имидж е най-съществена част от съвременната стратегия на позиционирането на компанията в динамично променящия се свят.

Работата върху този имидж е съставна част от съвременната предприемаческата култура. Това изисква промяна в менталитета на бизнеса. В този процес той постепенно се превръща от генератор на екологични и социални проблеми във фактор за тяхното разрешаване, дава свой реален принос за развитие на икономическа дейност, която активно да подкрепя човешкото развитие по справедлив и устойчив начин.

Библиография

1. Бек, У. Световното рисково общество. С., 2001.
2. Дракър, П. Мениджмънт предизвикателствата през 21 век. С., 2000.
3. Райков, Здр. PR.Технологията на успеха. С., 2003.
4. Рийс, Ал, Рийс, Л. Зелезът на рекламата и възходът на пбблик рилейшънс. С., 2003.
5. Рийс, Ал, Траут, Дж. Неизменните 22 закона на маркетинга. С., 2001.

6. Робъртс, Д. Характер на комуникационните ефекти – в: Комуникацията. С., 1992.
7. Траут, Дж. Бъди различен или умри. С., 2002.
8. Харис, Т. Добавената стойност на публич рилейшънс. С., 2002.
9. Beckwith, H. What clients love. Warner books. 2003.
10. Black, J., Bryant, J. Introduction to Mass Communication. WCB, 1992.
11. Boorstin D. The Image. A Guide to Pseudo-Events in America: 25th ed. N.Y., 1992.
12. DiPiazza, S., Eccles, R. Building public trust. The Future of Corporate Reporting. N.Y., 2002.
13. Eccles, R., Herz, R., Keegan, E., and Phillips, M. The Value Reporting Revolution: Moving Beyond the Earnings Game. N.Y., 2001.
14. E.U. von Wietzacker. Earth Politics, Berlin, Springer, 1994.
15. Fabig, H. Corporate compaigns - a new dimension of corporations as political actor? L., 2000.
16. Festinger, L. A Theory of Cognitive Dissonance. N.Y., 1957.
17. Habermas, J. The Structural Transformation of the public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society. Cambridge, 1989.
18. Haywood, R. All about Public Relations. How To Build Business Success in Good Communication. N.Y., 1998.
19. Newsom D., Scot A., Turk J. This is PR: The Realities of Public Relations: 5th ed. Belmont, Cal., 1993.
20. Newsom, D., Turk, J., Kruckerberg, D. This is PR. Wadsworth, a division of Thomson Learning. 2000
21. Ries, Al, Trout, J. Positioning. The Battle for Your Mind. N.Y., 2001.
22. Schramm, W. Men, Messages, and Media: A Look at Human Communication. N.Y., 1973.
23. Social Behavior and Personality. W. Thomas' contribution in social theory. N.Y., 1951.
24. Trout, J. The New Positioning. N.Y., 1996.
25. Trout, J. The Power of simplicity. N.Y., 1999.
26. Wilcox, D., Ault, Ph., Agee, W., Cameron, Gl. Essentials of Public Relations. N.Y., 2001.

ФИНАНСИРАНЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ ОТ ПРЕДПРИСЪЕДИНИТЕЛНИТЕ ФОНДОВЕ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

Централен момент в икономическия и политическия живот на България преди присъединяването към Европейския съюз (ЕС) е развитието на активен и конкурентоспособен частен сектор. Малкият и среден бизнес допринася за ускоряване икономическото развитие, създаване на нови работни места, подобряване на конкурентната среда, поощряване на частната инициатива и др. Голяма част от малките и средните предприятия (МСП) в България не отговарят на изискванията за конкурентоспособност на европейските пазари. Важна роля за преодоляване на този недостатък играят възможностите за внедряване на нова техника и технологии, достъпът до външно финансиране, условията за повишаване на експортната ориентация, държавните стимули и др.

Обект на изследване в студията са малките и средните предприятия (без селскостопанските) в България. Предмет на изследване е външното финансиране на МСП в България, в т.ч. и чрез инструментите за финансово подпомагане от предприсъединителните фондове на Европейския съюз като допълнителен източник на капитал. На тази основа се разкриват и възможностите за ефективно финансиране на предприятията от тези фондове и за по-висока усвояемост на предоставяните средства.

JEL: F36, G21, M21

1. Проблеми на финансирането на малките и средни предприятия в България. Тенденции във външното финансиране на сектора

Проблемите на финансирането на малкия и средния бизнес в България стоят с особена острота. Съществуващото финансово състояние на предприятията ограничава използването на вътрешните източници за финансиране. Данъчното законодателство и специфичните особености на икономическия преход в страната допълнително ограничават тези възможности. Това определя голямата значимост на външните форми и начини за набавяне на капитал. Неразвитият капиталов пазар, съществуващата кредитна политика на търговските банки, неизползваният потенциал на алтернативни и специфични финансови инструменти задълбочават проблемите пред външното финансиране на предприятията в България. Възможностите за набавяне на необходимия капитал са

¹ Райна Цанева е н.с. в секция "Икономика на фирмата", Икономически институт на БАН, тел: 9890595 – вътр. 404, факс: 9882108, e-mail: r.tzaneva@iki.bas.bg.

ограничени и пораждат трудности при реализиране на стратегически инвестиционни проекти. На сегашния етап фирмената дейност се съсредоточава върху осигуряването на оборотни средства за финансиране на текущата дейност и погасяване на задължения. В условията на затруднен достъп до финансиране подпомагането от предприсъединителните фондове на Европейския съюз е алтернативен външен източник за набавяне на допълнителен капитал. В процеса на присъединяване към ЕС предприятията в България са изправени пред предизвикателствата на либерализацията в търговията, интернационализацията и европейските изисквания за качество и стандарти. За да реализират своите предимства, те трябва да бъдат подкрепяни в процеса на установяване на конкурентни позиции на европейските пазари. Това засяга най-проблемния момент в развитието им – финансирането на дейността от различни източници и чрез различни финансови инструменти.

Проблемите, свързани с финансирането на МСП, заемат първостепенно място по своята значимост в сектора. Причините за това са много и най-обобщено могат да се обособят в следните аспекти:

- високите изисквания на търговските банки при предоставяне на кредити за МСП;
- непрекъснато растящата нужда на предприятията от финансови средства;
- неблагоприятните финансови показатели на фирмите, които ограничават възможностите за финансиране и др.

Строгите правила на финансова дисциплина след въвеждането на валутен борд през 1997 г. доведоха до ограничаване на възможностите за външно финансиране на МСП. Законът за МСП² (гл. 4, чл.13) определя следните основни инструменти за финансова подкрепа на предприятията от страна на правителството:

- достъп до обществени поръчки, регламентиран от Закона за обществените поръчки;
- създаване на Насърчителна банка АД, която кредитира приоритетно МСП;
- разработване и реализиране на програми за МСП;
- гарантиране на част от кредитния риск по кредити, предоставени целево на МСП;
- участие на МСП при приватизация на държавни и общински предприятия и предоставяне под наем на имоти – частна, държавна и общинска собственост при преференциални условия. До момента тези преференции са били ползвани в 5 случая на приватизация и в ограничен брой отдадени за ползване имоти;³
- образователни проекти за професионална квалификация и придобиване на предприемачески умения;
- създаване на инфраструктура за подпомагане на МСП и насърчаване взаимодействието между тях;

² Закон за малките и средни предприятия. Обн. ДВ, бр. 84/24.09.1999 г., посл. изм., ДВ, бр. 28/19.03.2002 г.

³ Информационен бюлетин на АМСП, бр. 3 (септември – октомври), 2001.

- информационно и консултантско обслужване на МСП;
- изграждане на технологични паркове и инкубатори за развитие на предприятията.

Въпросите, засягащи финансирането на МСП в България, са тясно свързани с банковата кредитна дейност. Идентифицирането на проблемите при предоставяне на кредити помага да се разкрият причините за недостатъчното банково финансиране на предприятията. Това е и *отправната точка* при извеждането на препоръки за външно финансиране на бизнеса и разкриването на неизползвани в българската практика финансови инструменти.

Банките са основен източник за финансиране на частните предприятия в България. След 1998 г. се наблюдава активно навлизане на авторитетни международни финансови институции в българския банков сектор чрез дялово участие в капитала на търговските банки; съдействие по предоставени и договориран кредитни линии за подпомагане на МСП. В годишния доклад на АМСП за 2001 г.⁴ се посочва, че за текущата година 31.2% от МСП са кандидатствали за банков кредит и 22.6% от тях са одобрени.

На 25 юли 2000 г. е подписан договор между Юнионбанк и Европейската банка за възстановяване и развитие (ЕБВР) за кредитна линия към фирми от различни сектори на икономиката в размер от 3 млн. евро за период от 5 години. В рамките на кредитната линия са отпуснати 405 броя кредити на обща стойност 16 028 хил. лв. за 1998-2001 г. В резултат на финансовото съдействие на Германия през 1999 г. в България започна да функционира Насърчителна банка, която кредитира приоритетно малкия и средния бизнес при изгодни дългосрочни условия за финансиране на инвестиционни проекти. Разработени са оперативно действащи програми за кредитиране на МСП в следните направления: инвестиционно кредитиране; дългосрочно инвестиционно кредитиране; експортно финансиране; микрокредитиране. През 2000 г. са предоставени 58 кредита на обща стойност 6,559 млн. лв., като най-голям е делът на заемите за инвестиционно кредитиране – 36 кредита за 3,461 млн. лв. В края на октомври 2002 г. Насърчителна банка получи кредитна линия от Банката за развитие към Съвета за Европа на стойност 15 млн. евро.⁵ Финансиране и техническа помощ в размер на 10 млн. евро се предоставя по кредитна линия на Германската държавна банка за развитие (KfW), договорирана с Министерството на финансите и Българската народна банка. Съгласно Спогодбата за финансово сътрудничество по кредитната линия са договорени заемни средства за проекта в размер на 10 млн. марки, от които 8.5 млн. заем за проекта "Насърчаване на МСП" и 1.5 млн. за финансиране на необходимите съпътстващи разходи по реализацията на проекта.

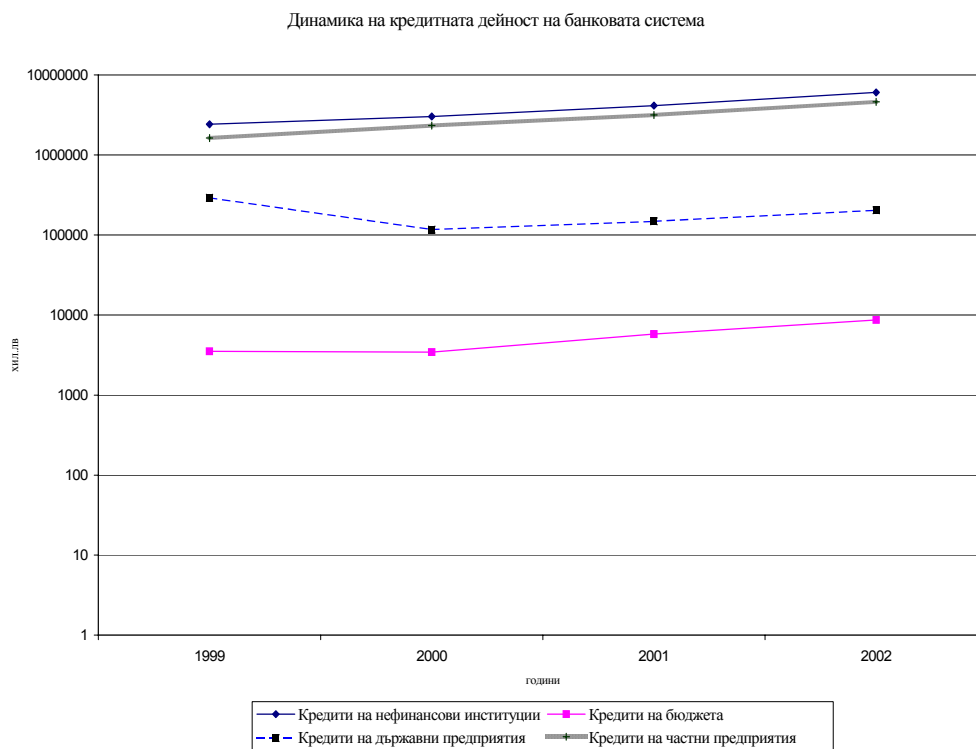
Съществуващите кредитни линии контрастират на недостатъчното банково кредитиране на предприятията в страната. Основна причина е *кредитният риск*, който се поема от търговските банки. Това определя

⁴ Доклад за малките и средни предприятия в България 2001 г. Агенция за малки и средни предприятия, 2001, гл. 9, с. 4.

⁵ www.nasbank.bg/bg/financial_information/2002.html

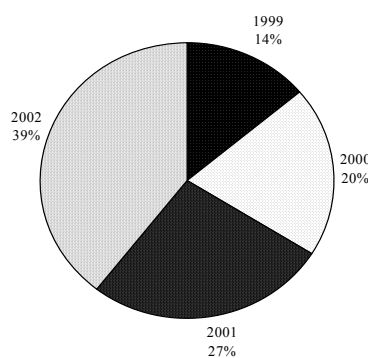
предпазливостта им при вземане на решения за подпомагане по съществуващи кредитни линии.

Фигура 1



Фигура 2

Предоставени кредити на частни предприятия, 1999 - 2002 г.



Кредитите за частните предприятия се увеличават от 14% за 1999 г. до 27% през 2002 г. Показателите на банковата система (общо в страната) за разглеждания период значително се подобряват (табл. 1), което свидетелства за потенциала на търговските банки (ТБ) в страната за кредитиране на МСП.

Таблица 1

Показатели от банковата система

	2001г.	2002г.	2003г.
1. Общо активи (хил. лв.)	12 220 529.00	14 557.00	17 323 643.00
2. Общо депозити (хил. лв.)	9 555 693.00	11 282 160.00	13 593 516.00
3. Текуща печалба (хил. лв.)	319 375.00	266 625.00	379 817.00
4. ROE (%)	19.30	13.80	16.70
5. ROA (%)	2.60	1.80	2.20
6. Обща капиталова адекватност (%)	31.32	25.22	22.03

Източник: Адаптирано по Агенция за малките и средни предприятия

По данни на БНБ⁶ през последните години се наблюдава тенденция към нарастване дела на дългосрочните заеми, което е индикатор за увеличена инвестиционна активност в предприятията. Предвид високата стойност на показателите за обръщаемост на активите, може да се предположи, че част от предоставените дългосрочни кредити се използват за финансиране на оборотна дейност. Интересна тенденция се наблюдава в нарастващия дял на потребителското кредитиране – фирмите финансират дейността си от потребителски кредити поради труден достъп до други външни източници за финансиране на дейността. Активната кредитна политика на банките се дължи и на по-стабилната икономическа среда, която позволява вземането на дългосрочни и по-малко рискови решения. Търговските банки регистрират също и подобро качество на кредитния си портфейл и на неговата добра осигуреност. Това намалява дела на кредитите, класифицирани като загуба в сравнение с предходната година. Причини за кредитната активност са и:

- повишеният конкурентен натиск вследствие навлизането на нови банки, обслужващи приоритетно кредитирането на частните предприятия в страната;
- поетапната специализация на търговските банки, кредитиращи МСП;
- законодателните промени в областта на гарантиране правата на кредиторите.

Въпреки обективните показатели за устойчива банкова и кредитна активност преобладава оценката, че “съществува още по-голям потенциал за кредитиране, в т.ч. и на МСП, и диверсификация на дейността им”.⁷ Търговските банки все още са строго избирателни при кредитирането на малките и средните фирми. Последните не са достатъчно подготвени при исканията за кредити, а информацията за кредитоискателите е недостатъчна. Успоредно с това рискът на търговските банки при кредитирането на МСП

⁶ БНБ, месечни бюлетени.

⁷ Условия за финансиране на малките и средни предприятия в България. ЦИР, Витоша Рисърч. С., 2001, с. 14.

остава сравнително висок. Показателни за това са високите нива на лихвените проценти за такъв тип клиенти – 9-10%,⁸ което е една от основните причини предприятията да не кандидатстват за финансиране от банковата система.

Основните проблеми пред МСП, кандидатстващи за банков кредит, са високите изисквания за вида обезпечение и дългият период за вземане на решение за отпускане на заем. Липсата на благоприятна данъчна среда и ограничените възможности на МСП да акумулират средства за инвестиции допълнително ограничават решенията за предоставяне на кредит. МСП в страната получават 30-35%⁹ от кредитния ресурс на ТБ в България, като основните причини за това са:

- големият размер на исканите обезпечения от банките, високите разходи и отежнената процедура при предоставянето на кредити;
- високите изисквания на търговските банки, в т.ч. за минимална сума на оборота, за собствено финансово участие и др.;
- липса на вътрешнофирмени условия, които да позволят на фирмите вземането на дългосрочни решения за стратегии и инвестиции за стопанска дейност в страната, както и несигурността в бъдещите приходи и възможността за поемане на кредитни задължения.

През последните години се предприемат последователни действия за облекчаване достъпа на МСП до кредитен ресурс и нови начини за външно финансиране на сектора. Изискването за кредитна история прави банковото кредитиране достъпно за развити и утвърдени предприятия с доказан потенциал за растеж, които са и основен приоритет на финансиране от предприсъединителните фондове на ЕС. Това изправя пред сериозни трудности стартиращия и зараждащ се бизнес в страната, чийто достъп до външни, специфични източници на финансиране и европейски програми е ограничен. В Доклада за общата конкурентоспособност от Давос се подчертава, че по отношение стартирането на нов бизнес най-лошо е положението в България. Възможно решение е възприемането на европейските механизми за зараждащ се бизнес и прилагането им съобразно специфичните условия у нас. Ограничените възможности за външно финансиране пораждаат проблеми за иновативните и високотехнологичните предприятия. По-бързият оборот и по-честата смяна на производствените активи при тях предполагат стабилно дългосрочно кредитиране. Сега в страната не съществуват специфични условия за кредитирането им, липсват и технологични центрове, съобразени с европейските стандарти, които да подпомагат процесите на въвеждането им в производството. Това определя голямата актуалност на инициативите на ЕС по линия на програма ФАР за създаване на високотехнологични бизнес-инкубатори.

Прегледът на особеностите на банковото финансиране на МСП в България позволява да **препоръчаме:**

⁸ По данни на БНБ, месечни бюлетини.

⁹ По данни на www.bia-bg.com

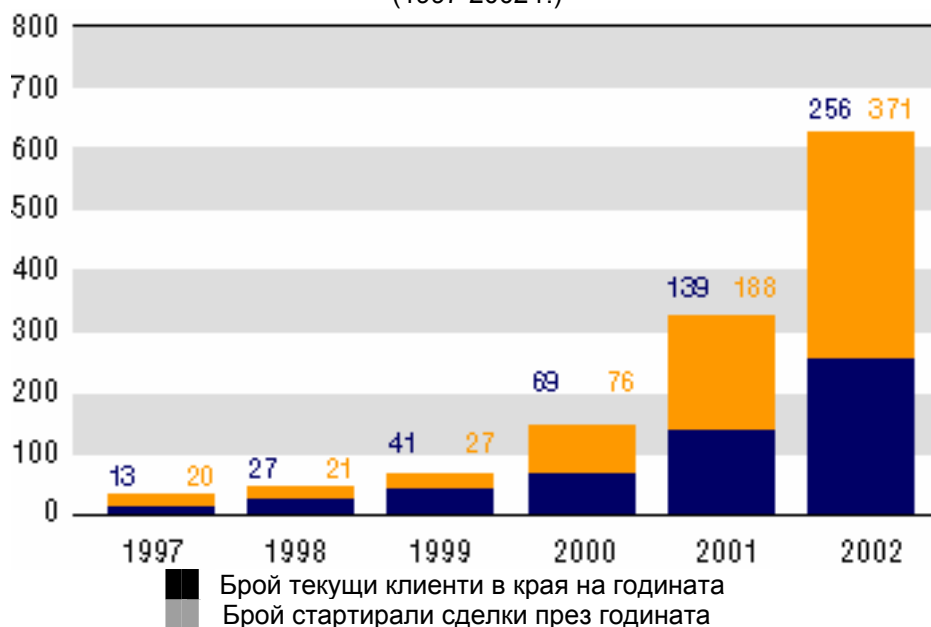
- развитие и по-добра информираност за съществуващите възможности на финансиране от специфични, алтернативни източници – факторинг, лизинг;
- възприемане на европейската практика за *регионални гаранционни фондове*, координирани с националния гаранционен фонд – това съответства напълно на приоритетите, заложи в Националната стратегия за развитие на МСП и Националния план за икономическо развитие на България;
- гарантиране на банковите кредити от държавата, което прави обезпеченията по приемливи;
- възприемане предимствата на стоковия и ипотечния кредит и производните от тях услуги.

Високите изисквания на търговските банки при предоставяне на кредити за МСП поражда търсенето на други начини за външно финансиране дейността на предприятията. В това се проявяват предимствата на лизинга, факторинга, фондовете за рисков капитал и др.

Основното предимство на лизинга пред банковото финансиране е *липсата на изискване за обезпечение*. Правната уредба на лизинга у нас е достатъчна и адекватна дотолкова, доколкото съответства на международните актове в тази област (най-вече на Конвенцията за международен финансов лизинг на ЮНИДРОА от 1988 г.) и отговаря на динамиката на съвременния бизнес.¹⁰

Фигура 3

Динамика на стартирали лизингови сделки и брой клиенти на “Интерлийз” АД (1997-2002 г.)



¹⁰ www.econ.bg, раздел Финанси, Правната уредба на лизинга в България, 30.09.2002.

Динамиката на стартиралите лизингови сделки и брой клиенти на „Интерлийз“ АД¹¹ (вж. фиг. 3) е положителна. През 2003 г. лизинговият пазар в страната расте с около 50% годишно в стойностно изражение.¹² Нарастващият дял на предпочитанията към лизингово финансиране е индикатор за интереса на предприятията към него. Този извод не е категоричен, тъй като засяга конкретно дружество. Липсата на официална статистическа информация затруднява коректното извеждане на тенденции в лизинговите оперции. Малкият брой изследвания в тази насока не позволяват обективни оценки за дела на предприятията, предпочели този вид финансиране на дейността.

Предимствата на лизинга определят широката му приложимост в бъдеще. Предвид характерните му особености, той може да се разглежда като основен конкурент на банковото кредитиране. Лизинговите операции и форфетирането в страните-членки на ЕС са изключително разпространени, като лизингът измества традиционното банково кредитиране, но търговските банки участват активно в лизингови операции.

Друга нетрадиционна форма за финансиране на МСП са фондовете за рисков капитал. Липсата на обезпечение прави този източник привлекателен за бизнеса. Големият размер на инвестициите при рисковото финансиране не съответства на обхвата на МСП. Участието във фондове за рисков капитал предполага преразпределяне на собствеността между собствениците и инвеститорите, което може да се разгледа и като възпиращ фактор. Участието на фондове за рисков капитал в България се регламентира в чл. 195 от Търговския закон, който позволява акциите да бъдат закупени от определени лица на определена цена чрез директно договориране. Повечето от фондовете за рисков капитал в България са с чуждестранно участие – Глобал Файнанс, Българо-американски инвестиционен фонд (БАИФ), Фонд за подпомагане на дребния и среден бизнес (SEAF), Черноморски фонд, Кеърсбек – България, EPIC – България, TBI Inc. и др. Те инвестират предимно в утвърдени предприятия с потенциал за растеж, което ги отдалечава от основната им цел – създаване на нови предприятия. Една от основните причини за това е затрудненият достъп на МСП до капиталовия пазар. Законът за МСП (чл.4) изключва МСП от кръга на публичните дружества и по смисъла на българското законодателство разпространението на фондовете за рисков капитал в сектора е ограничено. Целесъобразно е регулативните мерки за поощряване на рисковия капитал у нас да бъдат в тясна координация и взаимодействие с иновационна стратегия за високотехнологично развитие.¹³ Финансирането чрез дялово участие в България е слабо развито независимо от функционирането на няколко фонда за рисков капитал.

¹¹ Изборът на „Интерлийз“ АД е продиктуван от водещата роля на дружеството в лизинговото финансиране в България.

¹² Капитал, 2004, бр. 6.

¹³ Ангелов, И. и колектив. Икономиката на България и Европейския съюз. Стратегия за догонващо икономическо развитие до 2020 г., глава XII „Развитие на финансовата система и мобилизация на ресурси за догонващо развитие“. С., Икономически институт на БАН, Фондация „Фридрих Еберт“, ноември 2003.

Финансирането чрез дялово участие не бележи никакъв напредък за периода 1999-2001 г. Единствено БАИФ и Кеърсбек България финансират средни предприятия,¹⁴ като по данни на Агенцията за малки и средни предприятия¹⁵ за периода 1996-1999 г. БАИФ е осъществил над 700 инвестиции чрез дялово участие в капитала и кредити. Рисковите инвеститори на повечето съществуващи фондове за рисков капитал у нас са насочени извън обсега на МСП. Според изследване на ЦИР¹⁶ присъствието на такива инвеститори в малките и средните предприятия би ги направило по-привлекателни за кредитиране.

В България финансиране на МСП се осъществява и в рамките на:

- гаранционния фонд за микрокредитиране на инвестиционни проекти и кредити за текущи нужди на малки предприятия, създаден през ноември 2001 г. към Министерството на труда и социалната политика;
- социално-инвестиционния фонд – от 1 април 2003 г. стартира инфраструктурен проект за безвъзмездно финансиране, който допуска участието на МСП като изпълнители по инфраструктурни мероприятия;
- участие в международни програми (извън проектите по линия на ЕС), финансирани от двустранни и многостранни донори и др. Примери за подобно участие са включването на МСП в: Третата многогодишна програма на ЕС, Втората хоризонтална програма “Насърчаване на иновациите и участието на МСП” от Петата рамкова програма на ЕС;
- регионални програми на неправителствени организации за финансиране на МСП под формата на микрокредитиране;
- програми на министерства, правителствени агенции, частни организации и др.

Тенденциите във външното финансиране на МСП у нас водят до следните изводи:

- Банките продължават да са строго избирателни при кредитиране на МСП.
- Алтернативните източници за външно финансиране са силно подценени.
- Потенциалът на МСП за използване на вътрешнофирмените източници за набавяне на капитал е слаб.
- Финансовото състояние на МСП затруднява достъпа до външни източници поради невъзможност да се отговори на високите изисквания за кредитоспособност.
- Специфичните източници на финансиране – лизинг, факторинг, форфетиране, дялово или акционерно участие, са перспективен начин за подпомагане на дейността.

¹⁴ Небанковото финансиране на средните предприятия в България чрез емисия на облигации и акции и чрез дялово участие на фондове на рисков капитал. С., Център за икономическо развитие, 2001.

¹⁵ Доклад за МСП в България, 1996-1999. ЦИР-ФРП, 2000, с. 147.

¹⁶ Условия за финансиране на малките и средни предприятия в България. С., ЦИР, Витоша Рисърч, 2001, Графика 20/База №23.

Не може да не се изтъкне обстоятелството, че през последните години достъпът на МСП до финансови ресурси се подобрява главно благодарение на: динамиката и конкуренцията в банковия сектор; увеличаването на броя на кредитни линии, насочени към МСП; възможностите за целево кредитиране на малкия и средния бизнес, вкл. и чрез редица публично финансирани програми. Включването на България в *Многогодишната програма за развитие на предприятията и предприемачеството* осигурява достъп на страната до *Гаранционната схема на ЕС за МСП* (SME Guarantee Facility) с бюджет от над 200 млн. евро. При последния преглед на отчетите за приложение на Европейската харта за малки предприятия¹⁷ е отбелязан напредъкът на страната по отношение създаването на *Гаранционния фонд за микрокредитиране* към Министерството на труда и социалната политика (ноември 2001 г.). Във връзка с това може да се посочи, че към 30 януари 2004 г. вече са одобрени 4248 проекта, гарантирани от Фонда за микрокредитиране, на обща стойност от 44 млн. лв.¹⁸ По данни на ОИСР¹⁹ индексът за достъп до финансови средства в България възлиза на 2.9%, което е повече спрямо аналогичните показатели на други страни от региона на Югоизточна Европа. Следват Молдова (2.8%), Румъния (2.7%) и Сърбия и Черна гора (2.7%). Въпреки постигнатите резултати стойностите на индекса сочат, че за МСП достъпът до финансиране е сериозен проблем. Във връзка с това могат да се препоръчат следните насоки за въздействие с оглед *поощряване финансирането на МСП у нас*:

- активна държавна амортизационна политика и въвеждане на инвестиционни данъчни инструменти;
- промени в законодателната база за стимулиране при използване на неразпределената печалба; въвеждане на данъчни преференции при реинвестирането на печалбата;
- адекватна нормативна база, регулираща развитието на фондове за рисков капитал, и създаване на стимули за рисковите инвеститори;
- формиране на гаранционни фондове на национално и регионално равнище, покриващи част от кредитния риск;
- създаване на експортно-импортна банка, която да кредитира приоритетно експортноориентирани предприятия или възприемане на *европейската практика за експортно кредитиране на МСП*;
- съвместно финансиране от различни външни източници, при координация между тях, в т.ч. от регионално, национално и европейско равнище.

Осъществяването на посочените мерки е част от приоритетите в НПИР за повишаване конкурентоспособността на икономиката и създаване на *предпоставки* за подобряване на финансовата конюнктура в страната. Предвид огромните нужди на МСП от капитал, ограниченото използване на външните и специфичните източници на финансиране и неизползвания

¹⁷ Commission of The European Communities. Report of the European Charter for Small Enterprises in Acceding and Candidate Countries. Commission Staff Working Paper, SEC (2004) 187, Brussels, 2004.

¹⁸ Агенцията за малки и средни предприятия. Малките и средни предприятия в България 2002-2003, С., 2004.

¹⁹ OECD and European Bank for Reconstruction and Development. South East European Region: Enterprise Policy Performance a Regional Assessment, October 2003.

потенциал на финансовия сектор, усилията трябва да се насочат към *повишаване капацитета на този сектор*. Създаването на конкурентоспособни и високоспециализирани институции при активна връзка между участниците във финансовата система, повишаването на предприемаческата култура са само част от елементите, нужни за стабилен финансов сектор.

Проблемите пред външното финансиране на фирмите, слабата частна инициатива и липсата на стимули за осъществяване на дългосрочни инвестиционни проекти изправят предприятията пред *невъзможността* за справяне с конкурентния натиск на европейските пазари и *заплахите* за запазване на посредствена стопанска дейност.

Улесняването на достъпа на МСП до финансиране е главно условие за стартиране на бизнеса и развитие на съществуващи предприятия. Състоянието на външното финансиране на фирмите в България е показателно за нерешените проблеми в тази насока. Това не е еднозначен процес. Държавата трябва да създаде необходимите предпоставки чрез данъчни стимули и гаранции за търговските банки. Нужна е и промяна на *нагласата* на предприемачите към по-голяма активност при управление на активите и капиталовата структура.

Трудностите при използването на вътрешните и външните източници на финансиране предполагат логична ориентация към други начини за подпомагане на дейността. Финансовото състояние на МСП у нас определя необходимостта и значимостта на финансирането на бизнеса от проекти и програми на ЕС.

2. Тенденции във външното финансиране на малките и средните предприятия в Европейския съюз

МСП в ЕС са обект на целенасочена политика в рамките на *Генералната дирекция за предприятията* (DG Enterprise),²⁰ която е отговорна за координацията на мерките, средствата и инструментите за осъществяване на политиката за МСП между страните-членки. Приоритетите за развитие на МСП в ЕС са определени в Многогодишната програма за развитие на предприятията и предприемачеството 2000-2005 г. Те са:²¹

- поощряване на предприемачеството и повишаване на предприемаческата култура;
- подобряване на бизнес-средата, в която функционират предприятията;
- улесняване на достъпа до финансиране и усъвършенстване на финансовите инструменти;
- опростяване и подобряване на административната и нормативната рамка за бизнеса, особено за научните изследвания, иновациите и създаването на МСП;

²⁰ Генералната дирекция за предприятията е формирана от бившите генерални дирекции и подгрупи за индустрия, МСП и иновации.

²¹ The Multiannual Programme for Enterprise and Entrepreneurship and in particular for Small and Medium-Sized Enterprises 2001-2005. European Commission, 2000/819/ EC, 2000.

- предоставяне на бизнес-услуги и усъвършенстване на системата за предоставяне на консултации.

Многогодишната програма предвижда следните основни *финансови* инструменти за осъществяване на посочените приоритети за ефективност на програмите за МСП: търговски банки, гаранционни фондове, фондове за рисков капитал.²² Особен интерес представлява практиката на ЕС за подпомагане на зараждащия се бизнес (*seed capital action*). Основната цел на тази инициатива е да се стимулира *набавянето на капитал за създаване на иновативен бизнес с потенциал за растеж*. В ЕС това се постига чрез използването на *фондове за зараждащ се бизнес* и инкубатори или сродни организации. Финансовите посредници се обръщат за информация към Европейския инвестиционен фонд, който администрира от името на Европейската комисия и координира: първо, действието на финансовите инструменти по многогодишната програма; второ, участниците в процеса, т.е. фондовете, инвеститорите и зараждащия се бизнес. След обстоен анализ тази практика би могла да се приложи в българските условия.

Посочените приоритети са от особена значимост за страните-кандидатки (в т.ч. и България). Европейската комисия²³ подчертава, че „многогодишната програма ще се прилага в страните-кандидатки по същия начин, както и в страните-членки. За тази цел европейските програми за МСП ще се *„преформират“* като съществен елемент от предприсъединителната стратегия на ЕС”.²⁴

Насърчаването на малкия бизнес е отбелязано като приоритет още в *Договора за създаването на Европейската общност*. В чл. 157 е записано, че „действията на Общността и държавите-членки са насочени към поощряване на благоприятна за инициативността и за развитието на предприятията среда, в частност – за МСП”. Преобладаваща част от мерките за насърчаване на МСП се осъществяват на национално равнище, т.е. чрез бюджетите на отделните държави-членки на ЕС. В това отношение интерес представлява практиката на Съюза по отношение на държавното субсидиране – основна форма, под която държавата участва във финансирането съвместно със структурните фондове. Този въпрос е особено актуален предвид обстоятелството, че всички операции, свързани със структурните фондове, трябва да бъдат съвместими с *правилата на Общността в областта на държавните помощи*. При констатирани несъответствия Комисията може да преустанови плащанията и да изиска финансова корекция. В правилата на Общността в областта на държавните помощи се посочва, че „по принцип държавната помощ има *дискриминационен характер* и е *несъвместима* с правилата на Общия

²² Приложимостта на инструментите в страните-членки е представена подробно на http://europa.eu.int/comm/enterprise/policy_en.htm

²³ The Multiannual Programme for Enterprise and Entrepreneurship and in particular for Small and Medium-sized Enterprises 2001-2005. European Commission, 2000/819/ EC, 2000.

²⁴ Конкретните проекти за МСП към България за 2002 и 2003 г. се обобщават в направленията: образование и обучение по предприемачество; услуги в подкрепа на бизнеса, в т.ч. подпомагане стартирането на бизнеса; достъп до финансиране на МСП; реструктуриране, несъстоятелност и повторно започване на бизнес и др.

пазар”.²⁵ Субсидирането на МСП е едно от малкото изключения, което “не се смята за нарушение на принципите на лоялната конкуренция”. Държавната помощ за МСП се обобщава в т.нар *хоризонтални правила*, тълкуващи позицията на Комисията по отношение на специфичните категории помощ. В контекста на държавното субсидиране МСП получават средства за първоначални инвестиции и за създаване на нови работни места.

За страните-кандидатки интерес представляват и тенденциите във външното финансиране на предприятията в ЕС. Наблюденията на сектора на МСП в Съюза²⁶ показват, че финансовата структура на предприятията зависи в по-голяма степен от финансовата система и икономическата ситуация в съответната страна, отколкото от характеристиките на фирмите. В рамките на ЕС съществуват различия в степента на опериране със собствения капитал и съотношението между вътрешните и външните източници на финансиране. В някои държави (Германия, Австрия) малкият и средния бизнес разчита основно на различни по вид и срок банкови заеми. Във Франция, Белгия, Португалия инвестиционната дейност се осъществява в границите на собствения капитал при използване на вътрешни източници за финансиране на дейността. Съществуващото разнообразие от финансови инструменти се обяснява със стабилното развитие на финансовите пазари в страните-членки.

Ниската инфлация (в условията на европейския валутен пазар) предполага намаляване на лихвените проценти по банковите кредити. В резултат МСП в ЕС имат възможност за достъп до заем от банковия сектор при лихвени проценти в рамките на 7-9%. Над 46% от малкия и средния бизнес в страните-членки използват банков кредит (табл. 2).

Таблица 2

Външно финансиране на МСП в ЕС (%)

Страни	Овърдрафт	Лизинг	Външни инвеститори	Факторинг	Банков заем	Субсидии
Белгия	37	25	12	4	56	14
Дания	73	25	13	7	24	7
Германия	47	43	5	2	66	7
Гърция	23	15	10	8	68	12
Испания	8	48	15	15	58	10
Франция	36	47	7	32	63	11
Ирландия	70	48	19	14	39	10
Италия	78	41	7	17	17	10
Люксембург	22	33	15	11	44	15
Холандия	17	31	11	3	50	9
Австрия	42	39	1	6	65	8
Португалия	16	47	7	10	48	6
Финландия	46	27	15	14	64	11
Швеция	70	29	10	3	37	6
Англия	59	42	11	7	34	10
ОБЩО	50	39	9	11	46	9

Източник: Exco Grant & Thornton Survey of SMEs. Brussels, 2002.

²⁵ Европейски съюз, Регионална политика. Правила на ЕС в областта на държавните помощи – Справочник, 2002.

²⁶ The Sixth Report of The European Observatory, 2000, p.115.

Данните показват, че основните външни източници на финансиране на МСП са: овърдрафт – 50%; банкови заеми – 46%; Лизинг – 39%. В Англия, Дания, Италия и Ирландия доминира ползването на кредит овърдрафт. Той се отличава с високи лихвени проценти, което значително оскъпява ползването му. Стабилността и гъвкавостта на МСП в посочените държави компенсират тази особеност и обясняват предпочитанията на предприятията. Изследванията показват, че “малките и средните предприятия в ЕС са в тясна координация с една определена банка (за разлика от големите фирми), специализирана в предоставянето на кредити за малкия бизнес.”²⁷

На четвъртата кръгла маса между МСП и bankerите²⁸ (ноември 2000) се установи, че страните-кандидатки се сблъскват с идентични на страните-членки проблеми за достъп до финансови средства. Видът и размерът на обезпеченията създават едни от най-големите трудности в процеса на банково финансиране. Данните от табл. 2 позволяват да открием следните тенденции във външното финансиране на предприятията в ЕС:

- голям дял на банковите заеми, в т.ч. широка приложимост на овърдрафт;
- значително използване на специфичните източници за финансиране на фирмите – факторинг, лизинг;
- зависимост на по-слаборазвитите страни-членки от външни инвеститори.

Финансова подкрепа за МСП в ЕС се предоставя и по линия на структурните фондове в рамките на *цел 3* на регионалната политика – *модернизиране на системата за обучение и насърчаване на заетостта*. Общата стойност на финансовите средства за периода 1994-1999 г. е 6.8 блн. Евро.²⁹ В бюджета на ЕС за 2004 г. за МСП се предвиждат финансови средства в размер на 280.85 млн. евро.³⁰ Спрямо 2003 г. се наблюдава намаление от 4.4%. За програмния период 2000-2006 г. съвместно финансиране към структурните фондове ще се осъществява и чрез дялово участие на рискови инвеститори³¹ и гаранционни фондове. В това се проявява инициативата на ЕС да поощрява останалите външни и специфични източници на финансиране.

Предприятията в страните-членки получават средства и от действащи регионални и структурни инициативи на съответните политики. За програмния период 1994-1999 г. са предоставени средства в размер на 1 блн. евро за стимулиране на индустриални и предприятия в сферата на услугите, а регионалните инициативи допълват действието на структурните фондове.

Подпомагането на МСП от структурни фондове се осъществява в рамките на новите изисквания на регионалната политика, провеждана от ЕС. Ефективната концентрация е отличителна черта на новия подход към регионалното програмиране. В доклада на Европейската комисия за

²⁷ Enterprises' Access to Finance. Commission Staff Working Paper. Commission of The European Communities. SEC (2001) 1667. Brussels, 2001, p. 8.

²⁸ European Commission. The 4th Round Table of Bankers and SMEs 2000-2003, Brussels.

²⁹ Enterprises' Access to Finance. Commission Staff Working Paper. ..., p. 10.

³⁰ The Budget of the European Union. European Commission, Belgium, 2000.

³¹ В ЕС се предприемат активни мерки за разработване на пазара на рисков капитал.

предприятията³² е споменато, че “за 2000-2006 г. структурните операции ще акцентират върху *продължаващо* подпомагане към дефинираните от предходния програмен период (1994-1999 г.) приоритети и проблеми на регионите и секторите”. Правилата, регулиращи дейността на структурните фондове (в т.ч. и предприсъединителните), поставят изключителен акцент върху *партньорството* в процеса на подготовка, изпълнение, финансиране и оценка на дейностите. Партньорството изисква ефективна координация между местните и публичните власти, с което се гарантира ясното определяне на националните приоритети, респ. и тези на финансиране от фондове и програми.

Принципните положения и изисквания на регионалната политика на ЕС са от особена важност за страните-кандидатки. Предприсъединителните фондове целят да подготвят държавите за бъдещо участие в структурните и кохезионните фондове на ЕС. Именно това е основния мотив за предоставяне на финансови средства.

3. Финансиране на малките и средните предприятия в България по програма ФАР на Европейския съюз

В предприсъединителната стратегия на България програмата ФАР е *основен финансов инструмент* за подпомагане на МСП по линия на ЕС. Тя е *присъединително насочена*, което се определя от основната ѝ цел – подпомагане на страните-кандидатки да достигнат и удовлетворят копенхагенските критерии за членство. С Наредба № 3906/1989 г. на Европейската комисия се регламентират секторите на икономиките на отделните страни, подлежащи на финансиране по линия на ФАР, а именно: за цялостно или частично финансиране на приоритетни отрасли като селско стопанство, промишленост, търговия, енергетика и услуги; професионална квалификация и преквалификация на работната сила; опазване на околната среда; за развитие на частния сектор (възприема се като първостепенна цел на ФАР): поощряване и прогрес на МСП; приватизация и реструктуриране на държавните предприятия и монополни структури, модернизация на производството и др. Целта е да се създаде конкурентна среда и подходящ инвестиционен климат, който дава възможност за “задвижване” и ускоряване на реформите, стабилен приток на преки чуждестранни инвестиции, по-бързо доближаване до средните равнища на съответните показатели в ЕС и др.; развитие и усъвършенстване на образователната система. На практика това означава, че програмата ФАР съсредоточава средства и ресурси (съобразно законовата рамка, наложена от Европейската комисия) **в инфраструктурни мероприятия и инвестиционни дейности.**

Малкият и средният бизнес в България е изправен пред предизвикателствата на бъдещата интеграция на страната към ЕС. Либерализацията на търговията поставя въпроса за ефективна интернационализация на МСП. Това налага засилване на конкурентните предимства, повишаване на качеството, стимулиране на експортната ориентация и т.н. Пропорционално нараства необходимостта от финансови

³² European Commission. DG Enterprise, Impact of the Enlargement of the European Union on Small and Medium-sized Enterprises in the Union. RWI, Essen&Glasgow, 2000.

средства за подпомагане на фирмите, за да се справят с новите предизвикателства. Ролята на финансирането от предприєдинителните фондове се свежда до целенасочено въздействие на програмите за приспособяване на МСП към европейските изисквания и стандарти.

Една от първите условно затворени за преговори глави в България е гл. 16 **“Малки и средни предприятия”**. Въпреки приключването на преговорите по тази глава, Европейската комисия продължава да следи състоянието на средата за развитие на бизнеса и изпълнението на приоритетите, определени в **Националната стратегия за насърчаване и развитие на малките и средни предприятия в България** за периода 2002-2006 г. В нея са отразени: първо, настъпилите промени в икономическата и административната среда за работа на МСП; второ, изискванията на ЕС за оказване на подкрепа на МСП при подготовката за присъединяване към единния европейски пазар. Национален координатор за реализирането на мерките е *Агенцията за малки и средни предприятия (АМСП)*. През юни 2000 г. Европейският парламент (Фейра) прие **Европейска харта за малките предприятия**, която е в основата на реализирането на *Многогодишната програма за развитие на предприятията и предприемачеството*. Присъединяването на България към *Европейската харта за малките предприятия* през 2002 г. изразява съгласие за възприемане изискванията на ЕС по отношение стимулирането на бизнеса и частната инициатива. Европейската харта апелира за по-силна координация между националните структури, бизнес-средите и обществеността в следните десет основни области:

- образование и обучение по предприемачество;
- улесняване и поощряване стартирането на бизнеса;
- подобряване на нормативната среда и оценка на въздействието ѝ върху предприятията;
- повишаване уменията на предприемачите. Обучение и консултации;
- подобряване на достъпа до електронна комуникация с администрацията;
- повишаване на ползите от единния европейски пазар;
- данъчни и финансови въпроси – насърчаване на започването на бизнес, подобряване на достъпа до структурните фондове и други форми на финансиране;
- засилване на технологичния капацитет на МСП;
- модели за електронен бизнес;
- по-ефективно представяне интересите на МСП на национално и европейско равнище, вкл. и чрез социален диалог.

Посочените документи са резултат от поставената в Лисабон (2000г.) стратегическа цел на ЕС – конкурентоспособна и динамична икономика, основана на знанието. Според доклада на Европейската комисия за прилагането на Европейската харта от страните-кандидатки³³ малките предприятия в тези държави се оценяват като недостатъчно развити. Основни пречки пред развитието на МСП в България (отново според

³³ Commission of the European Communities, Report of the European Charter for Small Enterprises in Acceding and Candidate Countries. Commission Staff Working Paper, SEC (2004) 187, Brussels, 2004.

посочения доклад) са недостатъчната предприемаческа култура и трудният достъп до финансови средства. В областта на *приоритет 7 от Европейската харта – финансови въпроси*, ЕК препоръчва на страните-кандидатки (в т.ч. и България) да насърчат използването на нетрадиционни финансови инструменти. У нас финансирането от специфични (нетрадиционни) външни източници е твърде ограничено. Решаването на проблемите за достъпа до финансиране се възприема от ЕС като естествен резултат от качествено реализиране на приоритет 1 – *развитие на предприемаческия дух и предприемаческа култура*, обучение и квалификация на предприемачите.³⁴

Финансовата перспектива на ЕС³⁵ предвижда фиксирана годишна сума по предприєдинителните фондове към страните-кандидатки в размер на 3240 млн. евро за програмния период 2000-2006 г. Те се разпределят: ИСПА – 1080 млн. евро; САПАРД – 540 млн.; ФАР – 1620 млн. евро. Успоредно с това финансовата помощ от структурните фондове към страните-членки намалява от 32 045 на 29 170 млн. евро като резултат от подготовката за присъединяване на нови страни. Съкращаването на средствата може да се възприеме и като индикация за нови промени в регионалната политика, провеждана от ЕС. Това води до предположението за нарастващи изисквания към страните-кандидатки, вкл. и към проектите, подлежащи на финансиране. Фиксираната годишна сума изисква по-ясно определяне на приоритетите и проблемите, за да се постигне по-висока ефективност на европейското въздействие. Проблем при финансирането от ЕС е и насочеността на средствата. Доколко тези средства съответстват на приоритетни и проблемни области в развитието на сектора и икономиката? Какви мерки е необходимо да се предприемат за по-висока усвояемост на предоставяните ресурси?

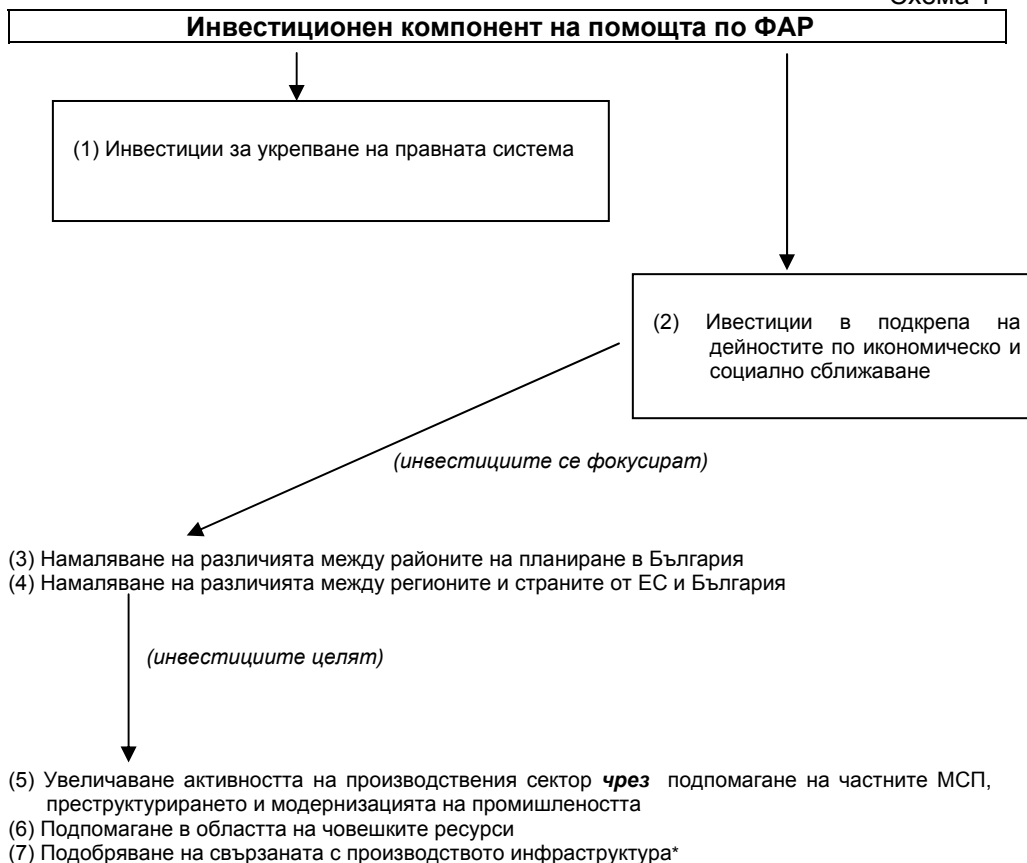
Основни приоритети на финансирането по програма ФАР за периода 2000-2006 г. са *институционалното укрепване и инвестициите*. Европейската комисия уточнява, че първостепенен приоритет са дейностите, свързани с подобряване на институционалния и административния капацитет на централно, регионално и местно равнище.³⁶ Аспектите на финансиране на МСП се проявяват в *инвестиционния компонент* на помощта по ФАР. За коректното определяне *мястото на МСП* в процеса на финансиране по линия на програма ФАР е необходимо да се “тръгне” от същността на инвестиционния компонент и точната му съпоставка с институционалния компонент на помощта (схема 1).

³⁴ С оглед изискванията и спазване на приоритетите на *Многогодишната програма за предприятията* в Министерството на икономиката е създадена дирекция “Политика по отношение на предприятията/МСП” (октомври 2003 г.). През юли 2004 г. Министерският съвет прие нов Закон за МСП, който включва разпоредби за по-добро координиране на политиката за МСП.

³⁵ Berlin European Council, Financial Perspective 2000-06, March, 1999.

³⁶ <http://www.europa.eu.int/comm/enlargement/pas/phare/index.htm>

Схема 1



* Имат се предвид инвестиции за улесняване достъпа до ключови производства, опазване на околната среда и подобряване инвестиционния климат в районите на планиране.

Финансирането на МСП по програма ФАР се осъществява в контекста на посочените цели. Индиректният характер на подпомагане на МСП позволява те да се възприемат като *средство* за намаляване на различията (3 и 4) и постигане на икономическо и социално сближаване – ИСС (2). Интерес представлява и допускането, “че в случаи на приключване на мерките по институционално укрепване инвестициите в подкрепа на ИСС се увеличават”.³⁷ С други думи, очакванията за нарастващо финансиране към МСП зависят от степента на изграденост на институционалната и административната мрежа в страната. Възможни проблеми на финансирането на МСП по програма ФАР произтичат и от регламентираните изисквания към всички инвестиционни проекти.³⁸

³⁷ Министерство на финансите. Процедурни правила за координиране на подготовката и изпълнението на програма ФАР. С., 2003.

³⁸ Методологичните въпроси на помощта са уточнени в www.europa.eu.int.

- 1) *Ускоряване*.³⁹ Изискването за ускоряване поставя на преден план глобалните цели на ЕС за поощряване на икономическото и социалното сближаване между регионите. Това предполага отдалечаване от конкретното финансиране на реално съществуващите проблеми на МСП в България. Индиректният характер на подпомагане на предприятията съответства на новите правила в структурното подпомагане на ЕС, което на практика поражда проблеми за развитието на бизнеса по отношение достъпа до програми.
- 2) *Съвместно финансиране*. Характерна особеност на финансирането по линия на програма ФАР е засилващият се "елемент" на *съвместно финансиране*. Всички инвестиционни проекти (в т.ч. и инвестициите, свързани с проектите по икономическо и социално сближаване) трябва да получат съвместно финансиране от националните държавни фондове и/или от частния сектор. Проблемите произтичат от това доколко държавата и частният сектор в икономиката са в състояние да отговорят на нарастващия процент за съвместно финансиране, изискван по европейските програми и проекти. В случай на слаб потенциал за съвместно финансиране е възможно проектите да не бъдат одобрени от Европейската комисия.
- 3) *Готовност и размер* на проектите. ЕС подкрепя изцяло разработени проекти, отговарящи на всички изисквания, разрешителни и с осигурено съвместно финансиране.⁴⁰ В това изискване се проявят основно проблемите, свързани с информационното обслужване по текущи проекти и равнището на предприемаческа култура. Липсата на *подходящи* инвестиционни проекти ограничава своевременното усвояване на предоставяните от ЕС финансови средства.

В последните две изисквания възможните проблеми произтичат преди всичко от капацитета за усвояване на национално равнище. Това изисква значителен ангажимент от българските власти при създаването на среда за повишаване на човешкия и материалния потенциал за усвояемост на допълнителни финансови средства. Подобен подход е и гаранция за последваща ефективна концентрация на средствата от структурните фондове.

В редовния доклад на Европейската комисия за напредъка на България в процеса на присъединяване⁴¹ се отбелязва, че за периода 1989-1999 г. по програма ФАР на страната са отпуснати 865,5 млн. евро. За 1999 г. Национална програма ФАР възлиза на 50.5 млн. евро разпределени в следните приоритетни области: интегриране на ромското общество – 0.5 млн. евро; реформиране на икономиката *чрез обучение по управление и стимулиране на МСП* – 4.8 млн.; укрепване на административния и

³⁹ Помощта по ФАР трябва да лансира дейности по присъединяването и удовлетворяването на изискванията от икономически характер на ЕС.

⁴⁰ Инвестиционните проекти трябва да отговарят на критериите за съответствие, т.е. "*подходящи*" за целите на дейностите по ИСС.

⁴¹ Regular Report from the Commission on Bulgaria's progress towards accession, adapted, 1999, p. 4.

институционалния капацитет в областта на държавната администрация – 6.5 млн.; опазване на околната среда – 4.9 млн.; сътрудничество в сферата на правосъдието и вътрешните работи – 9.5 млн.; поощряване и развитие на селското стопанство – 10.3 млн.; заетост, социални дейности и социални мероприятия, свързани с пазара на труда – 4.5 млн.; участие в различни програми и инициативи на ЕС – 9.6 млн. евро.

Потвърждава се традиционната насоченост и разпределение на безвъзмездната помощ, предоставена чрез програмата ФАР на ЕС. За 1999 г. в България най-много средства са концентрирани за поощряване и развитие на селското стопанство (10.3 млн. евро) и за сътрудничество в сферата на правосъдието и вътрешните работи (9.5 млн. евро). Последното спомага за възприемане и уеднаквяване с принципите на европейското право като един от водещите политически критерии за членство. Малкият и средният бизнес получава 9% от общата сума по Национална програма ФАР 1999 г., като средствата не се насочват пряко към повишаване инвестиционната активност в тях. Около 30% от финансовите ресурси по линия на ФАР се използват за "институционално изграждане", а останалите 70% са за финансиране на инвестиции в укрепване на институционалната инфраструктура и за засилване на икономическото и социалното сближаване. Това налага извода, *че в началните години от финансирането по предприсъединителните финансови инструменти подкрепата за МСП се отнася до бизнес- и институционалната среда, в която функционират.* Целта е създаване на условия и предпоставки за повишаване инвестиционната активност в тях. Ето защо се очаква че последващото финансиране по програма ФАР ще бъде насочено към инвестиционни проекти и проблеми в предприятията. Разпределението на ресурсите отразява също и главната цел на програмата ФАР – косвено въздействие върху макроикономическата среда посредством влияние върху характеристиките (инфраструктура, вътрешен ред, административно управление, квалификация, МСП и др.), допринасящи за последваща макроикономическа стабилност.

През 2000 г. за първи път е подписван Финансов меморандум с Европейската комисия за финансиране на проекти по предприсъединителната програма "ФАР – ИСС". В контекста на идеята за икономическо и социално сближаване подпомагането на МСП е разглеждано като средство за поощряване на тези процеси. Това обяснява и очертаната тенденция към непряко подпомагане на сектора. Отпуснатите средства по линия на ФАР за България възлизат на 65 млн. евро, от които 31.095 млн. евро за институционално изграждане и 34.625 млн. за инвестиции.⁴² Средствата се насочват към следните области:

- Икономическа реформа (5.5 млн. евро): проекти за преустройство на държавните железници, институционално изграждане в Министерството на икономиката и следприватизационна подкрепа за предприятия.

⁴² Финансови меморандуми ФАР и ИСПА. Делегация на Европейската комисия в България, С., 2000, с. 3-7.

- Приемане достиженията на правото на ЕС и укрепване на нормативната рамка (15.4 млн. евро): проекти в областта на стандартизацията и метрологията, държавните поръчки, околната среда, безопасността по море, както и регламентиращите органи в сферата на енергетиката, енергийната ефективност и далекосъобщенията.
- Икономическо и социално сближаване (15 млн. евро): проекти за развитие на малките и средните предприятия и професионално обучение в двата района, определени за целта в Националния план за развитие.
- Укрепване на правовия ред и защита на уязвимите групи от населението (16.5 млн. евро): проекти в прокуратурата, контрола над границите по суша и море, борбата срещу наркотиците, благосъстоянието на децата, настанени в специализирани заведения.
- Държавни финанси и управление на средствата по линия на ЕС (13.32 млн. евро): проекти в сферата на публичния вътрешен финансов контрол и независими външни одиторски проверки, данъчна администрация, национална и селскостопанска статистика, укрепване на Централното звено за договориране и финансиране, структурите, свързани с приложението на САПАРД, и структура за подготовка на проекти по ФАР.

Подкрепата на МСП е *индиректна* чрез изпълнение на проекти по Икономическо и социално сближаване (ИСС), дефинирани като *цел 3* на Национална програма ФАР. Предвиждат се средства основно за сертификация на качеството на предприятията (5 млн. евро) и инвестиции в бизнес-инкубатори (3 млн. евро). Предвидените финансови средства за МСП представляват 54% от проектите по ИСС и 11.5% от средства-общо.¹⁶ Ресурсите, предоставени на предприятията, се увеличават с 2.5% от 1999 г., което съответства на нарастналата сума на финансиране при проектите по ИСС. В **Национална програма ФАР – България 2001** средствата възлизат в размер на 82.823 млн. евро.⁴³ Те са разпределени, както следва:

- икономическа реформа и достиженията на правото на ЕС – 11.195 млн. евро;
- икономическо и социално сближаване – 37.113 млн. евро;
- укрепване на публичната администрация – 14. 875 млн. евро;
- интеграция на малцинствата и гражданско общество – 6.550 млн. евро;
- подготовка за разработване на проекти и програми на ЕС – 13.090 млн. евро;

Финансовото подпомагане на малкия и средния бизнес отново е част от проектите по ИСС. Програмите по ИСС получават 44% от средствата по ФАР 2001 г. Налице е увеличение от 21% в сравнение с Национална програма

¹⁶ Процентните съотношения са изчислени, като от общата сума на финансирането по финансови меморандуми се определи делът на дейностите по ИСС и от тях – делът на МСП.

⁴³ Финансов меморандум ФАР 2001. Национална програма. Делегация на Европейската комисия в България, С., 2002, с. 16.

2000. Една от причините е разгърнатата инициатива на ЕС за подпомагане на дейности по културен туризъм, социално интегриране и подготовка за бъдещи програми на европейските структурни фондове. Приблизително 12% от програмите по ИСС са предназначени за подкрепа на МСП и свързаните с тях дейности.

За периода 2000 – 2001 г. се наблюдава увеличение на средствата за инициативите по ИСС. Финансирането на малкия и средния бизнес се осъществява в рамките на тези инициативи и свързаните с тях дейности. Нарастването на общата сума на финансовите средства по националните програми не предполага категорични изводи за нарастваща тенденция на европейското финансиране към МСП. Голяма част от предвидените средства продължава да се насочва към институционално изграждане, което отклонява средства от реални икономически процеси.

Бюджетът на Национална програма ФАР 2002 е на обща стойност 94.9 млн. евро.⁴⁴ Европейската комисия отпуска на България 14 млн. евро по ФАР – ИСС. Запазва се тенденцията към увеличаване на предоставяните финансови средства, като отново е налице *опосредствано* подпомагане на МСП. Основен акцент за периода 2000-2006 г. се поставя на стартирането на два взаимосвързани проекта, насочени към малкия и средния бизнес в Северозападен и Южен централен район. Главната цел е да се повишат конкурентоспособността и експортният потенциал на предприятията в определените приоритетни региони. Проектите са одобрени съобразно: икономическите характеристики на регионите; активността на МСП в определените райони на планиране. Мерките в подкрепа на конкурентоспособността ще бъдат осъществени в рамките на *Оперативната програма за регионално развитие* и в съответствие с приоритетите в актуализирания вариант на Националния план за икономическо развитие 2000-2006.

По национални програми ФАР са изпълнени 80 проекта, финансирани от съответните финансови меморандуми. Реализираните проекти се отнасят за периода до 1999 г. Финансирането и управлението на предоставяните средства по ФАР до 1999 г. се осъществява на централизирана основа. Това ограничава оценката за тяхното изпълнение в съвременните условия при променени изисквания. Липсата на пълна информация за действително реализираните програми за МСП и насочеността на усвоените средства затрудняват изводите относно ефективността на действащите програми за сектора.

Разпределението на средствата по ФАР е показателно за неспазване на въведените приоритети за секторно развитие. Ключови направления за българската икономика като поощряване на МСП, заетост и социални дейности получават най-малко средства. Негативен фактор е и съществуващата насоченост на средствата – предимно към обслужващи звена, а не за създаване на условия за подобряване на инвестиционната среда. В крайна сметка средствата се “загубват” по веригата от *информационно бизнес-обслужване* към *поощряване на частната*

⁴⁴ Национална програма ФАР 2002 – общ преглед. Министерство на финансите, Делегация на Европейската комисия в България. С., 2002.

инициатива. Това позволява да се препоръча смяна на модела на финансиране по ФАР чрез пренасочване на интереса от сферата на услугите за МСП към производствен процес и инвестиционна дейност.

Информацията от финансовите мемурандуми за съответните години свидетелства за нарастване на общата стойност на предоставяните средства. Делът на финансиране на МСП се движи в постоянни граници от 10-12%. След 1999 г. се наблюдава *преориентация* във финансирането на предприятията – от конкретни проекти към проекти, осъществявани в контекста на дейностите по икономическо и социално сближаване. Това съответства на новите правила на структурната политика на ЕС за 2000-2006 г., но и ограничава възможностите за директно подпомагане на МСП. Предвид финансовото състояние на сектора в България тази преориентация не спомага за решаване на реално дефинираните проблеми. Европейското финансиране трябва да бъде насочено целево към подкрепа и поощряване на частната инициатива и иновативните предприятия.

Европейското финансиране на МСП по програма ФАР е недостатъчно. Основна причина за това е промяната в приоритетите на съдействие на ЕС в съответствие с новия регионален подход както към страните-членки, така и към кандидатките. Предвид променените приоритети може да се очаква, че директната помощ за МСП по предприсъединителните фондове ще намалява. Допълнителни фактори, които подсилват тази идея, са и продължаващото силно съдействие за институционално укрепване, както и необходимостта от изграждане на структурите за управление на децентрализирана основа. Тези фактори ограничават инвестиционния компонент на програмирането по ФАР, в който се концентрира помощта за МСП. Това доказва силата на национални средства, мерки и инструменти за мобилизиране на вътрешните ресурси в подкрепа на инвестиционната активност. Усилията трябва да бъдат насочени и към начини за използване на вътрешнофирмения потенциал чрез ефективно управление на капиталовата структура.

В процеса на финансиране по текущите програми за МСП се наблюдават следните по-важни проблеми:

- *Забавяне на изпълнението на програмите.* В справката на Българската стопанска камара⁴⁵ за изпълнението на проектите по програма ФАР се отбелязва, че е налице забавяне на изпълнението на проектите с приблизително две години. Причините са от комплексен характер, като основната е липсата на институционална рамка за изпълнението на проектите на децентрализирана основа. Това налага извода за продължаващо финансиране на институционалната мрежа и забавяне подпомагането на реални икономически проблеми.
- Изискванията към МСП при кандидатстване по програми и инициативи от ЕС, които се обобщават в:⁴⁶ а) съвместно финансиране в границите от 15 до 50 % в зависимост от насоката и

⁴⁵ Българска стопанска камара, Съвет за икономически растеж. Справка за изпълнение на проектите по програма ФАР 2000-2001 г., С., 2002.

⁴⁶ Обобщението е въз основа на подробен преглед на изискванията по осъществени и стартиращи или в процес на стартиране проекти по програма ФАР.

предназначението на програмите; б) минимум 3 години функциониране в съответната област; в) да не са обявени в несъстоятелност и ликвидация. Сегашното финансово състояние на сектора "Малък и среден бизнес" в България ограничава броя на фирмите, които са способни да участват със собствени средства. В силна степен това ограничение важи за актуалните програми към региони в индустриален упадък. Условието за 3-годишна дейност автоматично изключва възможностите за подпомагане стартирането на бизнеса. Успоредно с повишаване конкурентоспособността и експортната ориентация на предприятията, стимулите за стартиране на бизнеса са сред приоритетните направления в актуализирания вариант на НПИР 2000-2006. Посочените трудности поставят въпроса за по-активно участие на държавата като съфинансиращ орган в процеса на подпомагане. Необходимо е да се потърсят начини за съвместно финансиране от частни организации на национално и регионално равнище.

- *Липсата на пълна оценка на нетното въздействие на функциониращите за МСП програми.*⁴⁷ Осъществяваните проекти по линия на програма ФАР – Икономическо и социално сближаване, показват липсата на възможности за реализиране предимствата на инструментите на регионалната политика, провеждана от ЕС. Това затруднява оценката за въздействието и ефективността на предоставяните от Общността финансови средства. Оценките за осъществяваните по линия на програма ФАР проекти намират израз в изготвяните от Сметната палата финансови одити, които използват добре обоснована методология, но не се ръководят от основните критерии за оценка на проектите, въведени от Европейската комисия. Методологията за оценка на Европейската комисия се основава на следните критерии – съответствие, въздействие, ефикасност и ефективност.⁴⁸ Особен акцент се поставя върху съответствието, т.е. правилното насочване на финансовите средства към реално дефинирани проблеми.⁴⁹ При оценката на функциониращите програми трябва да се имат предвид: критериите за оценка на финансирането от структурните (и

⁴⁷ Известен опит в това отношение е осъщественият проект "Оценка на нетното въздействие на активни програми на пазара на труда". Като основни критерии за оценка са използвани: 1) на микроравнище – въздействие върху отделната личност; 2) макроравнище – агрегиран анализ на връзката между заетостта и доходите. Тази последователност би могла да се използва и при оценка на нетното въздействие на активните за МСП програми, като акцентът се постави върху анализ на финансовото състояние на отделното предприятие и приноса му в сектора и брутната добавена стойност.

⁴⁸ Commission of the European Communities. European Aid Cooperation Office, "Evaluation in the European Commission". Evaluation Unit H/6 D, Brussels, March, 2001.

⁴⁹ Съобразяването с критериите за съответствие е основна причина характерът на изследването да е с подчертан акцент към идентифициране на финансовите проблеми на предприятията.

предприсъединителни) фондове, разработени от Европейската комисия; мерките, попадащи под правилата за държавна помощ.⁵⁰

- *Преминаването към децентрализирана основа на управление* на финансовите средства е възможно да подсили и задълбочи проблемите при управлението на средствата по програма ФАР. Недостатъците на децентрализирания характер поставят въпроса за ефективна координация между националните, регионалните и местните власти. Премахването на изискването за предварителен контрол при децентрализирано управление на финансовите средства от предприсъединителните фондове би породило *риск от несъответствие*.⁵¹ Същевременно това ни препраща към критериите за ex post оценка на ЕС, които не са приложени в България.
- *Недостатъчна информираност за текущи програми* на финансиране от ЕС, в т.ч. изискванията и условията за кандидатстване по тях. Съществен недостатък е липсата на *предприемаческа култура* и амбиция за осведоменост по отношение потенциалните възможности за външно финансиране.

Изискванията към проектите и променените приоритети на регионалната политика на ЕС налагат извода, че *основни критерии* в крайния подбор на проектите за подпомагане на МСП ще са:

- степента на съответствие с принципите за икономическо и социално сближаване на ЕС;
- степента на обвързаност с приоритетите в НПИР.

По този начин се осигурява координация с принципите на регионалното програмиране на структурната политика на ЕС (и по-специално с принципа за концентрация) и правилата за децентрализираното управление на средствата. Посочените критерии трябва да бъдат тясно интегрирани със секторните и регионалните проблеми при ефективна координация между национални и регионални приоритети.

4. Основни изводи и препоръки

Европейското финансиране на МСП покрива широк спектър от взаимосвързани дейности. Финансирането на МСП от ЕС се отличава с *индиректен характер на подпомагане*. Прегледът на разпределението на средствата по програма ФАР за 1998 –2002 г. по съответните национални програми и финансови меморандуми доказва това.

Прегледът на финансирането на МСП по програма ФАР на ЕС позволява да се открият следните първостепенни аспекти на подпомагането:

- сертифициране на качеството и технологични грантови схеми;

⁵⁰ Европейски съюз, дирекция "Регионална политика". Правила на Европейската общност в областта на държавните помощи. Справочник.

⁵¹ За повече подробности относно принципите на децентрализирано управление на средствата вж., Министерство на финансите. Концепция за преминаване към разширена децентрализирана система за изпълнение на проектите по програмите ФАР и ИСПА – <http://www.minfin.bg/bg/act/>

- изграждане на институционалната рамка за управление на проектите на децентрализирана основа;
- стартиране на бизнеса.

В рамките на тези обобщени приоритети на финансиране се постига основната цел – повишаване конкурентоспособността и експортния потенциал на МСП. Предвид значимостта на посочените аспекти се очаква тези тенденции да се запазят и за новия програмен период 2000-2006 г. Успоредно с повишаване на експортната конкурентоспособност и интернационализацията на МСП, приоритетено направление трябва да бъде и улесняването на достъпа до източници на финансиране.

Инвестиционните проекти (грантови схеми) съответстват на новите правила на Европейската комисия по отношение на обединените цели на структурната политика на ЕС за периода 2000-2006 г. Това обяснява тенденцията към приоритетност при финансирането на институционалната мрежа. Последната създава предпоставки за ефективна координация на национално и регионално равнище, което е важно условие за успешно управление на финансовата помощ по ФАР на децентрализирана основа. Характерна особеност е непрякото финансиране на МСП. Проектите се осъществяват чрез инициативи и мерки, свързани с националните приоритети и дейностите по ИСС. Посочените особености и тенденции допълнително ограничават разрешаването на конкретно дефинираните проблеми на МСП в страната.

Проблемите на европейското финансиране изискват създаване на *ефективна Програма*⁵² за управление и усвояване на финансовите средства от ЕС, която да включва:

- 1) съвместно финансиране от държавни органи и частния сектор и прецизно определяне формите на подобно участие;
- 2) координация между държавните и регионалните власти за интегриран подход към реално съществуващи проблеми на сектора. Ясно да се дефинират задълженията, отговорностите и взаимовръзките между отделните органи и участници в процеса на изпълнение и мониторинг на проектите;
- 3) висока концентрация на проектите към *приоритетни и проблемни* аспекти в развитието на МСП, така че да имат директен ефект;
- 4) подпрограма за местния бизнес, в т.ч. подкрепа на агенциите за регионално развитие, при ясно идентифициране на регионалния потенциал на предприятията и необходимостта от специализирани бизнес-услуги;
- 5) по-активно ангажиране на бизнес-средите с помощта, която ги засяга пряко. В този аспект съществени трябва да са усилията за повишаване на предприемаческата култура относно различните възможности за външно финансиране, в т.ч. и чрез предприсъединителните финансови инструменти;

⁵² Програмата е съобразена с: а) новия подход към структурните политики на ЕС; б) приоритетите в Националния план за икономическо развитие и Националната стратегия за насърчване на МСП; в) идентифицираните на по-ранен етап в изследването финансови (и други) проблеми на предприятията; г) правилата за управление на децентрализирана основа.

- 6) мерки за целево насочване на финансовите средства за поощряване на частната инициатива и развитието на иновативни предприятия;
- 7) оценка от съответни изследователски звена на потенциала за поощряване на зараждащия се бизнес (seed capital action).

Посочените препоръки определят активното участие на държавата и инструментите на национално равнище за засилване на обвързаността и взаимозависимостта между финансовите средства и националните инициативи. Спазването на този подход би осигурило качествено и ефективно усвояване на средствата от ЕС. Препоръките за пряко финансиране на МСП от предприсъединителните фондове на ЕС са до известна степен необосновани. Това произтича от приоритетите на регионално подпомагане от Общността – **ускоряване на икономическото и социалното сближаване и подготовка за участие в структурните фондове**. Подобни глобални цели изправят МСП пред въпроса за намиране на реалното им място в този процес, а именно – *средство* за постигане на посочените цели.

СЕКТОРЪТ НА УСЛУГИТЕ В БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА – ЕВОЛЮЦИЯ И ПРЕСТРУКТУРИРАЩА РОЛЯ

Разгледана е принципно новата роля и значение на сектора на услугите в икономиката на страната. Основна цел на изследването е да се разкрият условията за развитие, състоянието и динамиката на обслужващия сектор в България и да се интерпретира неговото влияние върху структурното преустройство на националната икономика чрез собственото му развитие и чрез преобразуващото му въздействие върху цялото стопанство. Реализацията на тази цел е конкретизирана в следните основни задачи: да се покаже действителното място и значение на сектора на услугите в съвременната икономика; да се проследи еволюцията в разбирането за ролята на този сектор у нас и да се посочат ключовите фактори за неговото развитие; да се очертаят главните насоки, в които се осъществява реструктуриращото въздействие на обслужващия сектор върху националната икономика и да се конкретизира неговото проявление чрез технологичното развитие на услугите, подобряването на образователно-квалификационната структура на персонала, рационализирането на институционалната структура, повишаването на производителността, постигането на редица социални ефекти.

JEL: L80, O11, O14

След 1989 г. в България, както и във всички останали постсоциалистически страни, се осъществяват сложни процеси на преминаване на икономиката към принципно нов модел на развитие. Негова основа са извършваната в света информационно-технологична революция и тенденцията към глобализация на икономическите процеси. Една от отличителните черти на тази промяна е динамичното развитие на сектора на услугите, който все повече доминира по отношение на основните макроикономически индикатори – инвестиции, заетост, брутна добавена стойност.

Развитието на обслужващия сектор в България е резултат на прогресивната трансформация, насочена към преодоляване на наследената от командно-административната система диспропорционалност, съответно дисфункционалност на икономиката. Фактите свидетелстват, че секторът на услугите е и активен фактор за нейното структурно обновяване, за приспособяването ѝ към предизвикателствата на новото време. В сегашните условия на променени и усложнени потребности и на нарастваща вътрешна и външна конкуренция, развитието на услугите става важно условие за високоефективно и конкурентоспособно национално производство.

¹ Пенка Шишманова е гл. ас., д-р в СА "Д. А. Ценов" – Свищов, катедра "Обща теория на икономиката", тел. 0631-66256, e-mail: shishmanova@uni-vishtov.bg.

Място и роля на сектора на услугите в съвременната икономика

След първите две радикални промени - аграрната и индустриалната, в съвременните условия обществото изживява трети преломен момент в своето развитие. Става въпрос за преход към състояние, основано не само на модерно аграрно и масово индустриално производство, но и на задоволяването в нарастваща степен на потребностите чрез самия труд като дейност, имащ за продукти най-разнообразни услуги. Общият знаменател на непосредственото материално производство и на обслужващата дейност са все повече – както посочва А. Тофлър – “новите начини на създаване и използване на познанието”.²

Световният опит показва, че на определен етап от развитието на обществото икономическият растеж започва да се реализира на много висока цена. Нарастващото количество на използваните производствени фактори довежда до изчерпване на невъзстановимите природни ресурси, до нерационално приложение на човешкия капитал, до нарушаване на равновесието между дейността на човека и обкръжаващата го среда. Наред с това, както отбелязва Л. Абалкин, съществуващите институционални структури и системи за регулиране на икономиката също изчерпват своите възможности, отбелязва се отслабване на стимулите за труд и натрупване.³ Всички тези обстоятелства свидетелстват за нарастване на противоречията и за задълбочаване кризата на индустриалното общество. Налице е необходимост и предпоставки за преход към нов, постиндустриален модел на икономическо и социално развитие.

В резултат, от последните десетилетия на XX век насам в напредналите страни се наблюдават радикални икономически промени. Те водят до формиране на т.нар. “нова икономика”.⁴ Основните структурни признаци за това, според М. Кънев, са бързото разпространение на информационните и комуникационните технологии, глобализацията, терциаризацията, екологизацията, тенденцията към хуманизиране на националните икономики. “Става въпрос за преход към еко-социално-пазарна икономика от информационно-обслужващ тип, способна да се интегрира в световните имбрикационни мрежи”.⁵

Съществен момент в процеса на създаване на “новата икономика” е нарастващото значение на третичния сектор⁶ като сфера на капиталовото

² Тофлър, А. и Х. Новата цивилизация, С., Обсидиан, 1995, с. 32.

³ Вж. по-подробно Абалкин, Л. и др., Стратегия реформирования экономики России. – Вопросы экономики, 1996, с. 9.

⁴ Вж. по-подробно Леонидов, А. Новата икономика. – Икономически изследвания, 2003, кн. 2, с. 3-33.

⁵ Вж. Кънев, М. Преходът към пазарна икономика – обусловеност, референтни модели и политика. – Икономически изследвания, 2000, кн. 2, с. 7.

⁶ Основа на неговото обособяване е предложението от К. Кларк през 40-те години трисекторен модел на икономиката. Към първия от тях се отнасят добиващите отрасли и селското стопанство, към втория – отраслите на преработващата промишленост и строителството, а към третия – производствените и потребителските услуги. – Вж. Clark, C. Les conditions de progres economique (Introduction de l'anglais sur la treisieme edition). Paris, 1960. Това деление, основано на историческата еволюция на икономиката и обществото, дава и наименованията на съответните сектори в стопанството – първичен, вторичен, третичен. В съвременните условия настъпват

инвестиране, като основно поле на труда и като дял в БВП. Оттук идва принципно новата роля на услугите при задоволяване потребностите на производството и на населението, при увеличаване на техния принос за развитието на цялото общество. Още от 60-те и 70-те години на XX век насам в развитите страни услугите са най-големият сектор в техните икономики. Сега той създава преобладаващия дял от БВП, ангажира по-голямата част от трудовите ресурси и акумулира повече от половината от общия обем инвестиции в икономиката. Но не само това. Разширява се и активното въздействие на услугите върху останалите сектори на икономиката. Производствената система все повече се "облепва" с услуги от най-различен характер, поради което много от дейностите в самия индустриален и аграрен сектор придобиват характер на услуги. Важен е и фактът, че в третичния сектор кристализират ключовите фактори на икономическия растеж като наука и научни изследвания, компютърни технологии, човешки капитал, нематериални форми на натрупване (идеи, информация, опит, междуличностни отношения) и др.⁷

Посочените моменти свидетелстват за принципно новата роля на сектора на услугите в съвременната икономика, за превръщането му в основен белег на новия, постиндустриален модел на развитие. На това основание се говори за "сервизация на икономиката" или самата икономика се дефинира като "икономика на услугите", а процесът на реструктурирането ѝ – като "третична революция".⁸

Секторът на услугите се отличава с изключително разнородна структура,⁹ което усложнява възприемането му като единно цяло. Независимо от това може да се посочи, че общото което обединява различните видове обслужващи дейности е, че всички те имат за продукти услуги, които пряко или косвено (чрез материален носител) задоволяват с полезните си свойства потребностите на хората.

Така не само се разкриват общите черти между отделните отрасли на обслужващия сектор, но същевременно се представя и тяхната специфика по отношение на останалите отрасли на стопанството, в резултат на което секторът на услугите се обособява като самостоятелен сегмент на икономическата система.

Независимо от спецификата си производственият процес в услугите от икономическа гледна точка е аналогичен на този в другите сектори - влагат се ресурси, комбинират се по определен начин и се получават полезни ефекти, с които се задоволяват индивидуалните и обществените потребности, на

промени в обхвата на отделните сектори, но наименованията им се запазват и намират широко приложение в икономическата теория и практика.

⁷ Вж. Демидова, Л. Сфера услуг в постиндустриальной экономике. – Мировая экономика и международные отношения, 1999, N 2, с. 24.

⁸ Вж. Lengelle, M. La revolution tertiaire. Ed. Genin – Paris, 1966; Бел, Д. Културните противоречия на капитализма, Пр. от англ., С., Народна култура, 1994, с. 283.

⁹ Той е сложна съвкупност от дейностите на търговията и ремонта; хотелите и ресторантите; транспорта и съобщенията; финансовото посредничество; операциите с имущество и бизнес услугите; държавното управление и задължителното обществено осигуряване; образованието; здравеопазването и социалните и другите дейности, обслужващи обществото и личността – Това са агрегирани номенклатури на икономическите дейности, определени в Националната класификация на икономическите дейности (НКИД-2001), по които се публикува официалната статистическа информация – Вж. Статистически справочник 2004, С., НСИ, 2004, с. XXXII.

определена цена. В това отношение не съществуват принципни различия. Нещо повече, отделните сектори на икономиката все по-трудно се отграничават – наблюдава се все по-тясното им преплитане и взаимно обвързване. Развитието и усложняването на индустриалното и аграрното производство налагат по-мощното използване на услуги (научни изследвания, мениджмънт, маркетинг, транспорт, реклама, сервизно обслужване) и обратно – производството на услуги се опосредства от нарастващ обем материални елементи (сгради, обзавеждане, техника, селскостопански продукти).

В резултат на ускорените промени в икономическия живот, връзката между секторите придобива и друг смисъл. Развитието на индустриалното производство е предпоставка за появата на нови видове услуги (например производството на нови компютри предявява необходимост от създаване на софтуер, сервизно обслужване, обучение на потребителите), а оказването на услуги в много случаи води до създаването на нов материален продукт (например подобряването на банковото обслужване на потребителите се свързва със създаване на банкови карти, POS-терминали; развитието на комуникациите води до производството на мобилни телефонни апарати и т.н.).

От казаното дотук може да се направи изводът, че секторът на услугите се превръща във все по-важна структурно преобразуваща част на съвременната икономика, издигаща я на качествено ново равнище. Този факт е не само последица от зрелостта на индустриалното производство, но и необходимо условие за приспособяване на икономиките към новите потребности на общественото развитие. Едновременно и резултат, и фактор на реструктурирането на икономиката, услугите повишават дела си по отношение на всички по-важни макроикономически показатели, изменят и усложняват както своята вътрешна структура, така и структурата на икономиката. В ролята си на фактор за успешно икономическо развитие в новите условия, секторът влияе положително върху цялото стопанство – съдейства за развитието и разпространението на иновациите, за повишаване качеството на работната сила, за интензификация на производството и увеличаване на ефективността. Той допринася и за ускоряване на трансформационните процеси, за постигане на висок икономически растеж и което е много важно – има съществено значение за хуманизирането на този растеж. По такъв начин през последните години степента на развитие на третичния сектор в стопанството става един от главните критерии за оценка на цялостния социално-икономически напредък на дадена страна.

Еволюция и ключови детерминанти за развитие на услугите в България

Повлияна от процесите в световната икономическа система, българската икономика също се намира в процес на реструктуриране. За разлика от развитите страни обаче, наблюдаваните промени през последното десетилетие у нас са, от една страна, обективно следствие на структурно-технологичните дисбаланси, наследени от централно-управляваната

икономика и от друга – резултат на целенасочена държавна политика.¹⁰ Разглежданите процеси на структурно преустройство допълнително се усложняват от осъществяваната в световен мащаб информационно-технологична революция и отварянето на България към глобалната икономическа система. Всичко това формира спецификата на извършваните промени в страната. Без да е реализирала всички предимства на индустриализма, но изпитала много от неговите недостатъци, както подчертава Л. Абалкин за икономиката на Русия,¹¹ подобно на нея, българската икономика трябва наред със всичко друго да се приспособява към съвременния постиндустриален модел на развитие.

По времето на централно управляваното стопанство развитието на страната се основава на класическата концепция, която свежда обхвата на икономиката само до сферата на материалното производство. Разбирането за обслужващите отрасли е, че в тях не се осъществява преобразуване на природната материя, не се влага производителен труд, следователно – не участват пряко в производствения процес и не създават национален доход.¹² Поради това те се квалифицират като “непроизводствена” или “извънпроизводствена” сфера на икономиката. Нещо повече, услугите се разглеждат предимно на потребителския полюс на икономиката и така се противопоставят на материалното производство.¹³

Това редуцирано (ограничително) схващане за същността и функционирането на икономиката има за важна последица формирането на относително едностранчива структура на стопанството. Наблюдава се огромна по размери, бързо развиваща се и модерна сфера на материалното производство и слабо развита, сравнително изостанала сфера на услугите.¹⁴

¹⁰ Вж. по подробно: Леонидов, Ат. Трансформационният процес: основни аспекти и елементи. – Народно стопански архив, 1999, бр. 2, с. 5-7; Кънев, М. Преходът към пазарна икономика (обусловеност, референтни модели и политика). – Народно стопански архив, 2000, бр. 2, с. 12.

¹¹ Вж. Абалкин, Л. и др., Стратегия реформирования экономики России. – Вопросы экономики, 1996, с. 9.

¹² Според В. Никифоров, “ако при дадена дейност липсва елементът на преобразуване на природните неща и процеси в потребителни стойности – няма производство или, което е все същото, има нематериално, духовно производство” (Никифоров, В., Възпроизводството и съотношението между производствената и непроизводствената сфера в България, С., Издателство на БКП, 1962, с. 9). Подобно мнение изказва Д. Порязов, според когото “непроизводствената сфера се дефинира като сфера, в която не се влага производителен труд и не участва в производството на материални блага и в създаването на национален доход.” (Националният доход в социалистическото общество, В., „Г. Бакалов”, 1974, с. 131).

¹³ Вж. Матеев, Е. Автоматизирана система за управление на народното стопанство (Икономически основи), С., БАН, 1974, с. 21; Икономическа енциклопедия, С., Наука и изкуство, 1972, т. II, с. 56; Речник по политическа икономика, С., Партиздат, 1984, с. 220; Разширено социалистическо възпроизводство в НРБ, С., ЦСУ, 1989, с. 10 и др.

¹⁴ За периода 1970-1988г. делът на заетите в материалното производство е над 80%, а в услугите – между 13 и 19%. Подобно е състоянието и в областта на инвестициите – над 60% от тях са в материалното производство и 32-36% – в обслужващите дейности. Не съществуват данни за произведения продукт в услугите, тъй като според тогавашните разбирания, такъв се създава само в материалното производство. (Вж. Разширено социалистически възпроизводство в НРБ. С., ЦСУ, 1988).

Така с малки изключения¹⁵ наложеното разбиране за “непроизводствения” характер на услугите и неговото отражение върху реалната стопанска дейност оставят без сериозно внимание една съществена част от икономиката и не създават стимули за нейното адекватно развитие.

От позициите на съвременното разбиране за същността на производствения процес и за ролята и значението на услугите в него, посоченото схващане се квалифицира като пресилено и неточно. В днешно време обхватът на икономиката се разширява със сектора на услугите, който не само консумира, но активно участва в създаването и реализацията на националния продукт.¹⁶ Освен с това, секторът не само, че не се противопоставя на материалното производство, а напротив – те взаимно се преплитат, обуславят, взаимодействат си и създават единна система, която качествено променя облика на икономиката. Нещо повече, обслужващият сектор създава блага със стратегическо значение – научно знание, информационни технологии, човешки капитал и други, които формират потенциала на икономиката и обществото. Така от екзогенен (при централно управляваната икономика) услугите стават важен ендегенен (в сегашните условия) фактор на растежа на националния продукт.¹⁷

За съжаление, икономическата теория и практика трудно преодоляват инерцията от миналото, поради което развитието на услугите все още не се е превърнало в напълно осъзната, стратегически значима потребност. В този смисъл обслужващите дейности продължават да се разглеждат като второстепенен сектор на икономиката по отношение на “водещите” индустрия и селско стопанство.¹⁸

Подобни твърдения могат да се определят като модерен вариант на съществуващата при централно управляваното стопанство ограничителна концепция за обхвата и структурата на икономиката. Трябва да се признае, че секторът на услугите вече не се разглежда извън системата на икономиката, но практически продължава да бъде подценяван като един от факторите за

¹⁵ Вж. Желев, Гр. Възпроизводство и баланс на народното стопанство на страните-членки на СИВ, В., Г. Бакалов, 1976, с. 170-171; Дончев, Ст. Човек, време, дейност, С., Наука и изкуство, 1974, с. 14.

¹⁶ От 1998г. насам услугите заемат около 60% от всички инвестиции в икономиката, ангажират почти половината от заетото население в страната и създават над 50% от БДС. – Статистически справочник, НСИ, 2004.

¹⁷ При централно управляваната икономика се смята, че обслужващата сфера оказва влияние по-скоро върху развитието на обществото, отколкото върху икономиката (т.е. разглежда се извън системата). В този смисъл тя е екзогенен фактор на растежа. Сега, в условията на пазарно стопанство, тя се схваща като равностоен елемент на икономическата система (т.е. вътре в системата), което я определя като ендегенен фактор на растежа.

¹⁸ Според Д. Карастатева обслужващите дейности са второстепенен сектор на икономиката по отношение на “водещите” индустрия и селско стопанство. Авторът прави това изказване, въпреки констатациите си, че индустрията регистрира сериозен спад през последните години и че съвместно индустрията и селското стопанство едва достигат относителния дял на услугите в БДС. (Вж. Карастатева, Д. Проблеми на структурната реформа в икономиката на България, В., ИК на ВСУ „Черноризец Храбър“, 2000, с. 41-42). Подобно е становището на Р. Гечев, който смята, че “моторът на растежа” е промишленото производство, докато секторът на услугите и по количествени, и по качествени показатели все още е далеч от това положение. (Вж. Гечев, Р. Българската икономика – състояние и алтернативи за развитие. – Икономическа мисъл, 2000, N 3, с. 26-29).

постигане на висока ефективност и конкурентоспособност на стопанството и да се поставя "в сянката" на материалното производство.

Третирането на услугите като второстепенен елемент на икономическата система до известна степен е обяснимо предвид спецификата на сегашното икономическо развитие на страната. България преизгражда индустриалното си производство и е естествено вниманието да се насочва предимно към него. Разликата обаче от времето на централно управляваната икономика, когато индустрията също беше основен приоритет е, че съвременните индустриални отрасли се изграждат върху основата на пазарни принципи, при наличието на сериозна вътрешна и външна конкуренция. Следователно променените условия налагат обективна оценка на ролята на обслужващия сектор в икономиката и определят необходимостта от неговото адекватно развитие. Както подчертава В. Григорова, вече е ясно, че не може да се развива пазарна икономика без високоорганизиран и ефективно функциониращ сектор на услугите, тъй като в противен случай се губи контактът между елементите на възпроизводствената верига, а също остават открити множество социални проблеми, особено остри през настоящия период.¹⁹

За развитието на сектора на услугите в България към сегашния момент оказват влияние множество фактори. Те могат да се обособят в две групи – такива, които имат определящо значение за новия етап в развитието на сектора и други, които допълват действието на основните.

Влияние на технологичните императиви и на пазарната организация на икономиката като основни фактори за развитие на услугите

Влиянието на *технологичните промени* има съществено значение за развитието на обслужващите дейности. Навлизането на новите технологии предизвиква сериозни изменения в основните характеристики и оттук - в традиционната представа за услугите, както и за тяхната роля в националната икономика.²⁰ Разбирането за обхвата на услугите постепенно еволюира и от комунално-битовите, акцентът все повече се измества към наукопоглъщащи дейности като финансови услуги, комуникации, бизнес услуги и т.н.

Развитието на технологиите допринася за обновяване на традиционните услуги въз основа на широкото приложение на компютрите и друга съвременна техника. Типичен пример за това е модернизацията на банковите дейности, на съобщенията, на държавното управление, частично на търговията, образованието, здравеопазването и др. Едновременно с това трябва да се отбележи и възникването на много нови видове услуги (бизнес услуги, телекомуникации) в съответствие с нарасналите лични и производствени потребности. Това до голяма степен разширява и усложнява структурата на обслужващия сектор у нас.

Значителна част от новите услуги са свързани с потребностите на производството. В условията на нарастваща вътрешна и международна

¹⁹ Вж. Григорова, В. Състояние на услугите в България. – Финанси, N 8, 1995, с. 3.

²⁰ Конкретните измерения на въздействието на технологичните императиви са представени в част трета на това изследване.

конкуренция, оцеляването на отделните предприятия и запазването (или завоюването) на позиции на пазара налагат необходимостта от добре развити информационни, сервизни, консултантски, маркетингови и други услуги.

Едновременно с това новите технологии съдействат за развитието и на услуги, насочени към индивидуалните потребители (индивидуално обучение, персонално обслужване и др.). По този начин се постига по-пълно отчитане на техните вкусове и предпочитания, улеснява се техният достъп, увеличават се удобствата за потребителите.

Съвременните технологични промени предявяват сериозни изисквания и към качеството на работната сила. В този смисъл технологиите стимулират развитието и усъвършенстването на редица дейности от услугите, насочени към развитие на "човешкия капитал" (образование, квалификация и преквалификация, здравеопазване, спорт, отдих и т.н.). Това, както показва световният опит, има съществено значение за качествено обновяване на производството и за постигане на висок икономически и социален ефект.

Преминаването на националната икономика на пазарни основи е другият съществен фактор, който има силно отражение върху развитието на сектора на услугите. Сериозно пренебрегван до този момент, той започва бързо да увеличава своите мащаби и да разнообразява структурата си. Това до голяма степен се обяснява с премахването на монопола на държавната собственост и създаването на условия за развитие на частната инициатива, по-добре отчитаща промените в индивидуалните и обществените потребности.

Съществуващите пазарни ниши в областта на услугите стимулират предприемчивостта на много хора, в резултат на което броят на обслужващите фирми бързо нараства. Допълнителен мотив в това отношение са бързият оборот на капитала и възможностите за самонаемане (като опит за излизане от безработицата). В началото, поради неразвитостта на пазара и несигурната икономическа обстановка, се създават предимно малки фирми, ориентирани към търговската дейност и битовото обслужване. Впоследствие с усъвършенстване на пазарните отношения се изграждат и по-големи предприятия, които освен в традиционните области (търговия, хотелиерство, туризъм), се създават и в други отрасли на сектора като финансови дейности, комуникации и т.н.

Появата на частната собственост и формирането на пазара коренно изменят условията за развитие на сектора на услугите. Разпределението на ресурсите се децентрализира и вече не се осъществява на "остатъчен" принцип, финансирането не се ограничава от фондовете на индустриалното производство (както в централно управляваната икономика), цените на услугите в много от случаите се определят не административно, а в зависимост от търсенето и предлагането. Всичко това осигурява по-голяма свобода на икономическите агенти и мотивира действията им в тази сфера на стопанството. Създава се конкурентна обстановка, в която предприемачите имат възможност да изият своите способности и да предложат на пазара обем и качество услуги, които да съответстват както на незадоволеното от по-рано, така и на новопоявило се търсене на потребителите и производителите.

Тези промени обаче не означават елиминиране ролята на държавата. Протичащият процес само усложнява нейните икономически функции. Съчетаването на механизмите на пазара със стратегическата роля на държавата точно разкрива значението на обслужващия сектор като терен, на който най-ярко проличава дуалистичният характер на съвременната икономика. От една страна, държавата запазва прякото си участие в дейностите, където пазарните механизми не са достатъчно ефективни и функционирането на производствените единици изцяло на пазарна основа е трудно и дори невъзможно (здравеопазване, образование, социални дейности). От друга страна, чрез различни законодателни и икономически мерки, тя създава преки и косвени стимули за развитие на обслужващите дейности.²¹

Извършваните технологични промени в световен мащаб и преминаването на страната ни към пазарно стопанство оказват съществено влияние върху развитието на сектора на услугите и издигат значително неговата роля. Тези фактори не само стимулират увеличаването обема на произвежданите услуги, но и допринасят за повишаване на тяхното качество. Въпреки спецификата на третичния сектор като предимно трудоемък и с относително бавен темп на растеж на производителността, установяването на пазарни отношения и внедряването на новите технологии съдействат за намаляване на производствените разходи в него и формират предпоставки за интензификацията му. Всичко това в един достатъчно дълъг период оказва модернизиращо влияние върху развитието на цялата икономика.

Други фактори за развитието на услугите

Действието на разгледаните ключови детерминанти се допълва от това на други, не по-маловажни фактори. Вниманието се насочва главно към ресурсната осигуреност на производството, а също и към такива независими променливи като социално-демографските процеси, културните особености, традиции и ценности на българското общество.

Ресурсната осигуреност на едно производство е неотменимо условие за неговото успешно развитие. Наред с разгледаните информационни технологии, основен принос за развитие на сектора на услугите имат кадрите и природните ресурси.

Сега страната разполага с висококвалифицирани специалисти в областта на образованието, здравеопазването, финансовите дейности, компютърните технологии и други, което е сериозна предпоставка за разрастването на обслужващата сфера. Това най-силно се проявява в частния сектор на услугите, където се създават множество лекарски

²¹ Създадени са редица закони и подзаконови нормативни актове, регламентиращи дейността в отделните обслужващи отрасли. (Вж. www.lex.bg). Наред с това са известни и се изпълняват множество стратегии, програми и проекти в различни области от услугите като: Национална стратегия за научните изследвания, Национална стратегия за въвеждане на ИКТ в българските училища, Национална стратегия за продължаващо професионално обучение за периода 2005-2010, Национална стратегия и план за действие за развитие на екотуризма в България, Иновационна стратегия на РБългария, Инвестиционна програма за реформа в здравния сектор, Програма "Заетост на младежи с висше образование в публичната администрация", Програма за развитие на транспортната инфраструктура на България в периода до 2005г, Проект "Улесняване на транспорта и търговията в ЮИЕ" и др. (Вж. www.government.bg).

кабинети, нови клиники и учебни заведения; организират се редица образователни и квалификационни курсове; появяват се нови и се усъвършенства дейността на съществуващите банки и други финансови организации; широко разпространение получават фирми за консултантски, компютърни, маркетингови и други услуги. Поради разнородната си структура, освен висококвалифицирани специалисти, секторът на услугите използва и голям брой нискоквалифицирани кадри, което е сериозен стимул за развитие на отрасли като търговия, транспорт, комунални услуги, социални дейности и пр.

Трудовите ресурси и в бъдеще ще останат основен производствен фактор в третичния сектор, независимо от навлизането на новите технологии. Приложението им обаче все по-категорично ще поставя въпроса за качеството на кадрите и в бъдеще ще определя основните тенденции в развитието на заетостта.

Съществено влияние върху сектора на услугите имат природните фактори. Независимо че България не е особено богата на минерални природни ресурси, нейното стратегическо географско положение, благоприятният климат и наличието на много природни забележителности допринасят за развитието на транспорта, туризма, хотелиерството и ресторантьорството, както и на много други, свързани с тях отрасли. Въпреки че днес вече не са определящи, природните фактори си остават важно условие за развитието на редица обслужващи дейности.

Все по-голямо значение придобиват и *социално-демографските процеси*. Те могат да бъдат разглеждани в посока на засилване индивидуализацията на потреблението, застаряване на нацията, феминизация на икономическия живот и др.

Важно значение за увеличаване дела на обслужващия сектор в икономиката има тенденцията към индивидуализация на потреблението. В резултат на това се появяват множество разновидности на услугите, които отговарят на новите потребности. Преходът към персонализация на услугите и на начина на обслужване се наблюдава по-ясно в области като търговия, обществено хранене, битови услуги, образование, здравеопазване и др. С развитието на обществото и смяната на поколенията тази тенденция вероятно ще се задълбочава и ще оказва активно въздействие върху позициите и структурата на обслужващия сектор.

Определен принос в развитието на услугите има процесът на застаряване на нацията.²² Увеличава се търсенето на услуги от системата на социалното осигуряване (социален патронаж, гледане на възрастни хора в дома им, специализирани домове за стари хора), социалното подпомагане (осигуряване на храна, енергийни помощи), здравеопазването, пенсионното осигуряване и т.н.

В страната протича интензивен процес на феминизация на икономическия и обществения живот, което също се отразява върху развитието на третичния сектор. Активното включване на жените в производствения процес и в редица обществени дейности обуславя появата

²² През 2003 г. пенсионерите са около 24% от населението на страната – Вж. Статистически справочник 2004, С., НСИ, 2004, с. 13.

на потребности от нови услуги. Нараства обемът на услугите, свързани с домакинството (почистване, пазаруване, приготвяне на храна или доставката ѝ по домовете) и отглеждането на децата (грижи за малки деца, детски занимални). Появяват се различни заведения за бързо хранене, фирми за битови услуги, множество супер- и хипермаркети, различни форми на детски заведения, които пестят времето на жените и ги улесняват в техните семейни ангажименти.

Не на последно място развитието на този сектор от икономиката до голяма степен зависи от националните особености и традиции в страната, както и от ценностната система и менталитета на хората.

Всички разгледани фактори са променливи във времето и оказват различно по сила влияние върху третичния сектор. В много случаи едновременното действие на няколко фактора може да има не само стимулиращ, а и ограничаващ ефект по отношение развитието на някои отрасли от услугите. Независимо от това през последното десетилетие въздействието на посочените детерминанти допринесе за превръщането на услугите, както е разгледано по-нататък, в преобладаващ сектор с положително въздействие върху цялата икономика. В резултат на това в страната се създава нова, качествено различна от дореформения период стопанска структура.

Така динамичното развитие на сектора на услугите става една от най-съществените прояви на структурното преустройство на националната икономика и същевременно е условие за нейното приспособяване към новите реалности. Вследствие на структурните изменения в инвестициите, заетостта и брутната добавена стойност и на такива крайни ефекти като развитието на инфраструктурата, на знанието и на "човешкия капитал", секторът на услугите допринася за преобразуване на икономиката ни в икономика от нов тип, готова да се включи още по-активно в световния процес на глобализация.

Преструктуриращо въздействие на сектора на услугите върху националната икономика

Влиянието на услугите върху социално-икономическото развитие на страната и техният принос за преструктурирането на икономиката се осъществява в две основни направления: чрез собственото им развитие и чрез тяхното трансформиращо въздействие върху цялото стопанство.

Развитие и непосредствено влияние на сектора на услугите върху основните икономически променливи (инвестиции, заетост и брутна добавена стойност)

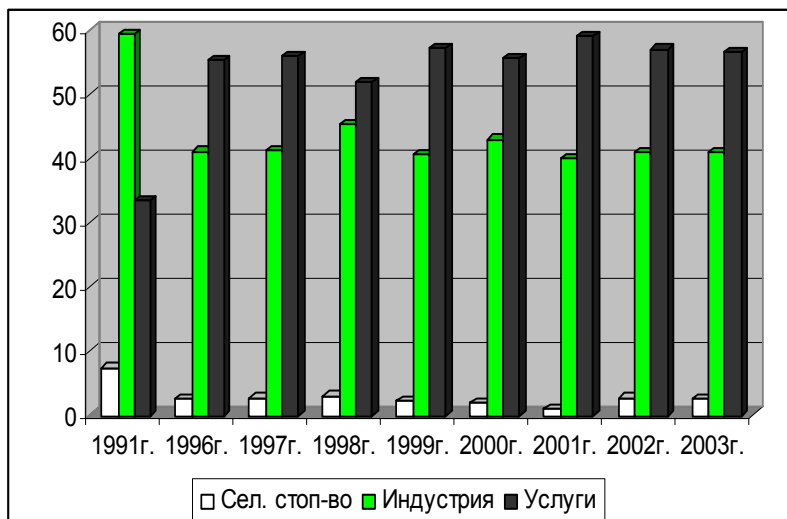
В началото на прехода, в условията на значителен спад на индустриалното производство, обслужващият сектор става основна възможност за приложение на капитала и труда. Впоследствие, в хода на реиндустриализацията на националната икономика, постепенно започва да се осъзнава необходимостта от наличието на добре развита мрежа от търговски, транспортни, съобщителни, финансови, делови, образователни, здравни и други услуги. Това обуславя насочването на съществена част от производствените ресурси в сектора на услугите и повишаване обема на

неговата продукция. Общата основа на тези промени са измененията в структурата на производството, предизвикани от промяната в структурата на потребностите. Това показва, че по-нататъшното развитие на икономиката и обществото все по-тясно ще се обвързва с развитието на услугите.

Към сегашния момент секторът регистрира най-голям обем **инвестиции** в икономиката – около 4 млрд. лв. За времето от 1991 г. до 2003 г. делът на вложенията в услугите се увеличава от 33.4 до 56.5%²³ и това се превръща в устойчива тенденция. Забележителен е фактът, че след 1996 г. инвестициите в услугите са повече от половината (55-59%) от общия им обем в стопанството. През 2001 г. те достигат най-голям дял за периода (почти 60%) и дори надминават равнището от 1996 г. (вж. фиг. 1).

Фигура 1

Структура на разходите за придобиване на ДМА по икономически сектори



Източник: Статистически справочник за съответните години

Нарастването на относителния дял на инвестициите в обслужващия сектор през разглеждания период се дължи, отчасти на намаляване теглото на вложенията в останалите сектори и на изменение в статистическата методика.²⁴ Тези причини в известна степен оказват влияние върху секторната структура на инвестициите в стопанството, но те по-скоро разглеждат проблема от неговата технико-статистическа страна. Налице е много по-съществена, икономическа обусловеност. В резултат на развитието на потребностите (както на населението, така и на производството), се отчита реално увеличение на инвестициите в услугите. След финансовата

²³ В този и във всички случаи по-нататък, когато изследването се осъществява от 1991 г., данните за времето преди 1996 г. са прегрупирани, поради промяна в отрасловата класификация. Има известни неточности при тяхното съпоставяне, но като цяло това не променя изведените тенденции.

²⁴ От 1997 г. е в сила Нова отраслова класификация (заменила съществуващата дотогава КОНС), според която отраслите търговия, транспорт и съобщения се отчитат не към индустриалния, а към обслужващия сектор.

стабилизация, от 1998 г. насам, в пет поредни години се наблюдава значително реално нарастване на вложенията в сектора, при това в повечето случаи с двуцифрени числа.²⁵ Конкретните причини за отчетената положителна промяна се свеждат до: реституирането на редица обекти в тази сфера, ускорените процеси на приватизация (главно в областта на финансово-кредитните услуги), развитието на малкия и средния бизнес, някои по-мощни вложения в частния сектор на транспорта и съобщенията, навлизането на чуждестранни инвеститори в редица отрасли на услугите.

Разгледаните изменения са адекватна реакция на продължилото десетилетия несъответствие между потребностите от услуги и тяхното ограничено предлагане през периода на командната икономика. Наред с това трябва да се отбележи и възникването на много нови потребности, обективно присъщи на новия модел на икономическо развитие в страната. Високият дял на вложенията в услугите е израз на вътрешно обусловеното структурно развитие на икономиката, на нейната "съзидателна еволюция", на необходимостта да се приспособи към новите условия.

Друга важна характеристика на съвременното икономическо развитие на страната е, че услугите обхващат почти половината от **икономически активното население** (над 1,4 млн. души). Нарастване дела на услугите в общата заетост се наблюдава от 1993 г. насам и към 2003 г. е отбелязано увеличение със 7 пункта, а по отношение на 1991 г. – с 9 пункта. За периода 1996-2003 г. относителният дял на обслужващия сектор в заетостта се повишава от 43.1 на 47.2% и запазва високите си стойности в сравнение с другите сектори на икономиката (вж. фиг. 2). Тук трябва да се отбележи, че зад отчетената тенденция на относително нарастване на заетите, стоят динамични и разнопосочни промени в техния абсолютен брой през отделните години.

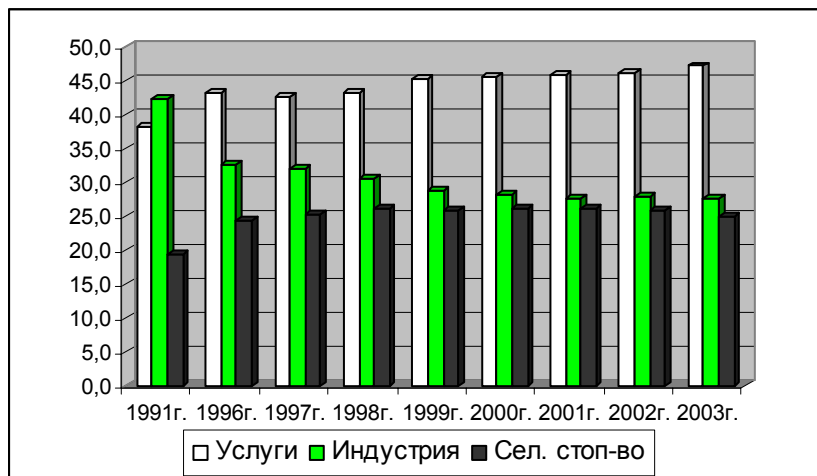
Съществуват множество фактори, стимулиращи заетостта в услугите, вследствие на което се отбелязва реално нарастване на заетите през отделните години. Те са свързани с възникването на много нови за страната услуги, а също с модернизация и усъвършенстване на съществуващите. Промяната в доходите на населението също може да се разглежда като фактор на заетостта както за традиционните, така и за дейностите, създаващи духовния и творчески потенциал на нацията.²⁶ Не на последно място трябва да се отбележи положителното влияние на тенденцията към персонализация на обслужването, нарастване на частичната заетост, организиране на заетост с гъвкаво работно време, увеличаване възможностите за работа в дома и други, които допълнително стимулират заетостта в сектора.

²⁵ За времето от 1998 до 2002 г. инвестициите в услугите бележат реален растеж последователно с 13, 47, 12, 27, 2,4% за съответната година спрямо предходната. За 2003 г. по предварителни данни се отчита лек спад с 2,3%, но това най-вероятно ще се промени и е възможно отново да се отчете растеж след като бъдат събрани всички данни за инвестициите през тази година – Изчисления на автора по Статистически справочник за съответните години.

²⁶ От една страна, намаляването на доходите на голяма част от населението води до нарастване търсенето на някои занаятчийски услуги, на ремонтни дейности и др. От друга страна, увеличаването на доходите на други групи от населението и промененият начин на живот води до повишено потребление на услуги, свързани с медицинското обслужване, обучението, социалните услуги, развлекателните и спортните дейности, туризма, комуникациите и пр.

Фигура 2

Структура на заетите лица по икономически сектори



Източник: Статистически справочник за съответните години

Създаването на нови работни места в услугите обаче не са достатъчни, за да компенсират драстичното им намаление в индустрията и в цялата икономиката, което е причина откритата тенденция към реален растеж на заетите в сектора да не е ясно изразена. Още повече, че самият обслужващ сектор също съкращава работни места. Обяснението се състои в протичащия процес на рационализиране на заетостта, в намаляване потреблението на услуги от много индустриални производства, в създаването на нови, високотехнологични и ниско трудоемки обслужващи дейности и т.н.

Независимо от това формиралата се картина на заетостта показва, че секторът на услугите остава най-големият “работодател” в икономиката и създава най-благоприятни възможности за трудова реализация на активното население. Това е валидно както за висококвалифицираните специалисти, така и за тези с ниска степен на образование и квалификация.

Насочването на все по-голяма част от капиталовите и трудовите ресурси в сектора на услугите намира отражение в увеличаване на **продукта**, създаван в този сектор на икономиката. Като отчетна единица за продукцията на обслужващия сектор се използва възприетият от националната и международната статистика показател брутна добавена стойност (БДС).²⁷

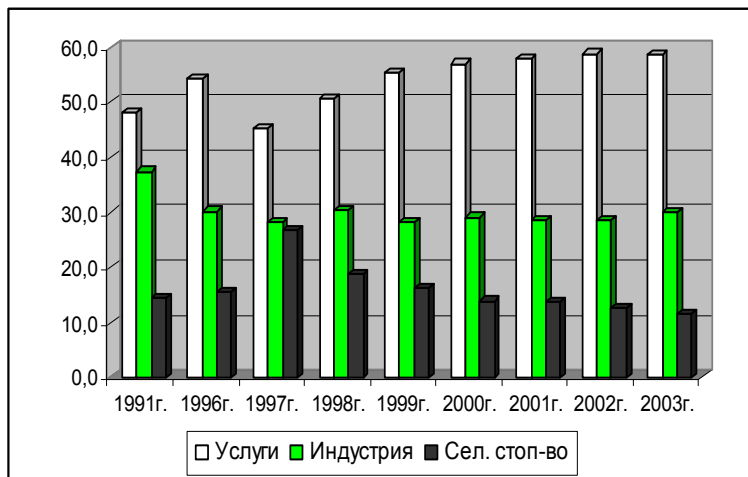
Едно от основните изменения в структурата на БДС през периода 1991-2003 г. е тенденцията към нарастване дела на обслужващия сектор. За целия период на икономически реформи в страната услугите имат преобладаващ дял в създаваната добавена стойност, но докато през 1991-1996 г. този дял е около 50%, след 1997 г. той се установява трайно над тази стойност и бележи

²⁷ Отчитането на продукцията на обслужващия сектор е сложен проблем, тъй като в него се обхващат голям брой и разнородни по характер дейности, а освен това голяма част от тях се осъществяват по извънпазарен път. Това обуславя прилагането на диференциран подход за измерване на продукцията в обслужващите отрасли. Конкретните начини за това измерване не са обект на внимание в тази работа.

устойчива тенденция към нарастване – от 50,7% през 1998 г. до 58,6% за 2003 г. (вж. фиг. 3).

Графика 3

Структура на БДС по икономически сектори



Източник: Статистически справочник за съответните години.

Най-голям принос в това отношение имат традиционните отрасли транспорт и съобщения, където в сравнение с 2002г. БДС реално се увеличава със 7% (само за съобщенията нарастването е с 10,5%); търговия и ремонт (с 4,4%), а напоследък се отбелязват стабилни темпове на растеж и на продукта, създаден от дейността на финансовите посредници (с 8,8% по отношение на предходната година).

Съответно на измененията в динамиката на производствените ресурси, в обема на създаваната БДС също се отбелязват колебливи тенденции. И тук те са резултат от разнопосочното действие на редица определящи фактори. През първата половина на периода нарастването на относителния дял на добавената стойност се обяснява по-скоро с намаляващия дял на индустрията, отколкото с реалния растеж в услугите. След 1997 г. обаче, в резултат на подобряване на икономическата обстановка, нарастването на дела на услугите в общата добавена стойност се дължи преди всичко на действителното увеличаване на БДС в обслужващите отрасли.²⁸ Отбелязаният в шест последователни години реален растеж на БДС в

²⁸Известни съмнения относно реалния растеж на БДС в обслужващите дейности, предизвиква елементът условна рента на жилищата, чиято стойност се включва в БДС на сектор услуги и по този начин оказва влияние върху неговия относителен дял и динамика. Това не трябва да бъде основание да се подценява действителното развитие на сектора и неговия принос в общия обем на БДС в икономиката. Още повече, че наличието на условна рента може да се разглежда и в положителен аспект – като спестяване на разходи (т.е. алтернативни доходи) за собствениците на жилища. Ако се преизчисли относителният дял на услугите в общия обем на БДС, но без условната рента, се констатира, че дори и без нейното участие обслужващият сектор запазва положителната си динамика и остава с най-голям относителен дял в общия обем на добавената стойност в икономиката. (Вж. Основни макроикономически показатели, 1997, с. 59-63, 2001, с. 92; Статистически годишник 2003, С., НСИ, 2004, с. 210).

услугите обаче все още не е достатъчен да компенсира драстичния спад от 27% през 1992 г. и близо 20% през 1997 г.²⁹ Въпреки това той може да се приеме като индикатор за постепенното преодоляване на критичния период в сектора, а също че развитието на икономиката постепенно се приспособява към потребностите на производството и населението.

Отчетените изменения в обслужващия сектор показват, че той компенсира своята изостаналост по време на централно управляваната икономика и повишава ролята си в икономическия живот на страната. Наред с това, до голяма степен се разкрива неговия непосредствен принос за структурната еволюция на българската икономика и за адаптирането ѝ към новите условия. По този начин се създават предпоставки за постигане на по-висок и устойчив икономически растеж в страната. Мащабите на тези промени обаче не дават достатъчно ясна представа за дълбочината на наблюдаваните преобразувания.

Създаването на нови производствени структури и приспособяването на съществуващите към изискванията на пазара и на технологичните промени налагат необходимостта от развитие на услугите. Те се превръщат в условие за ефективно и конкурентно производство в съвременния процес на глобализация. Наблюдава се засилване на междуетрасловите връзки с другите икономически сектори, все по-осезателно присъствие на услугите като естествен елемент от технологията на производство и реализацията на продукцията. Не на последно място трябва да се подчертае същественото значение на обслужващите дейности за развитието и усъвършенстването на личното потребление на населението.

Във връзка с това може да се отбележи, че приносът на обслужващият сектор за развитието на националната икономика се състои не само в непосредственото му доминиране в основните икономически променливи. Върху основата на импулсноразпространителния "механизъм" се създават положителни "външни" ефекти за останалите сектори на икономиката и за нейното цялостно развитие. Те се проявяват в технологичното развитие на обслужващите дейности, подобряването на образователно-квалификационната структура на персонала, рационализирането на институционалната структура, повишаването на производителността, постигането на редица социални ефекти.

Трансформиращо въздействие на сектора на услугите върху икономиката

Технологичното развитие на обслужващите дейности в значителна степен придава профила на технологичното преустройство на икономиката и допринася за нейното ефективно функциониране. Съществен момент в това отношение е развитието на високотехнологичните услуги, каквито са телекомуникационните, компютърните, информационните дейности. Вземането на адекватни управленски решения, намаляването на предприемаческия риск, запазването и разширяването на пазарните позиции е тясно свързано с използването на тези услуги. Наред с това те стават важен фактор за организиране на индивидуалната професионална дейност и

²⁹ Статистически справочник 2004, С., НСИ, 2004, с. 211.

свободното време на хората. Така чрез ускореното им развитие се постига по-високо качество и динамизъм на стопанските и обществените връзки и по-висока степен на адаптивност на страната към предизвикателствата на времето. Свидетелство за това са създадените многобройни юридически, финансови, маркетингови, софтуерни, сервизни и други фирми, които запълват голяма ниша на българския пазар.³⁰

Важно доказателство за приноса на услугите за технологичното обновяване на икономиката и обществото е бързото разпространение на интернет и свързаните с него услуги. Според проучване на "Computer Industry Almanac" броят на интернет потребителите в страната нараства над два пъти в сравнение с 2002 г. и към септември 2004 г. е над 1,6 млн.³¹. Едно от направленията на приложение на тези услуги е развитието на бизнес сектора. Напоследък все повече фирми в България използват интернет за получаване на информация, за връзка със своите клиенти и доставчици, за реклама, за електронни разплащания, за електронна търговия и др.³² Това интензифицира тяхната дейност, подобрява качеството и ги прави конкурентни участници на националния и международния пазар. Според Дж. Сакс "ако предприятията не са в интернет, те не са част от международната мрежа и не могат да правят бизнес".³³

Увеличава се достъпът и интензитетът на ползване на интернет и сред домакинствата и индивидуалните потребители. Според специализирано статистическо изследване от юли 2003 г. на използването на информационни и комуникационни технологии в домакинствата, хората все по-често се възползват от възможностите, които предлага глобалната мрежа. Интернет се използва основно за осъществяване на комуникации, за търсене на информация и за онлайн услуги, за обучение и образование, за услуги на електронното правителство и в по-малка степен – за услуги, свързани със здравето, за покупка на стоки и други.³⁴ В резултат на това се повишава компетентността на хората и достъпа им до IT-технологии, рационализира се дейността им, създават се възможности за допълнителна заетост, за по-високи доходи и т.н.

³⁰ За периода 1998-2002г. броят на малките и средните предприятия (без финансовите) в областта на бизнес услугите е нараснал с над 3600, т. е. с 21%. (Вж. данните за отрасъл "Операции с имущество и бизнес услуги". – Статистически годишник за съответните години).

³¹ <http://news.netinfo.bg>

³² Според резултатите, публикувани в "Бялата книга на информационните и комуникационните технологии и малкия и средния бизнес в България" сегментът на малките и средните предприятия е най-големият клиент на информационни и комуникационни технологии и отбелязва най-голям ръст в развитието на ИТ пазара у нас. Според проучване на екип от СА"Д.А.Ценов"-Свищов, цитирано в доклада, от 116 анкетирани фирми 93% ползват интернет. Най-масово глобалната мрежа се използва за събиране на информация (89,9%), следват комуникация с доставчици и клиенти (85,3%), реклама (56,9%), електронни разплащания (16,5%). Подобни са резултатите от проучване сред 350 предприятия (проведено през септември 2002 г.), цитирано в доклада на АМСП "Малките и средните предприятия в България 2002-2003" от 2004 г. Според него малко над 82% от фирмите използват интернет за електронна поща, около 72% – за информация, свързана с дейността им, 9,4% – за електронно банкиране, 4,7% – за електронна търговия – www.econ.bg.

³³ Сакс, Дж. Икономически растеж – модели и подходи. – Банки, инвестиции, пазари, 1999, N 1, с. 5.

³⁴ Вж. Социално-икономическо развитие България 2003, С., НСИ, 2004, с. 77-80.

Потреблението на тези услуги както от бизнеса, така и от индивидуалните потребители е тясно свързано с използването на съвременна компютърна техника и прилежащото ѝ оборудване. Тяхното разпространение може да се разглежда като косвен показател за развитието и потреблението на високотехнологични услуги в страната. По данни на Международния телекомуникационен съюз от 2004 г., броят на персоналните компютри у нас за 2002 г. е 405 хил, т.е. 5,2 на 100 души от населението. Към 2003 г. страната разполага с близо 50 хиляди Интернет-сървъри (hosts) или 6,7 на 1000 души.³⁵ Поради нарастването на електронните разплащания в икономиката, броят на инсталираните банкомати се увеличава и от 420 през 2000 г. достига над 900 за 2002 г. Разширява се и мрежата от POS-терминали, които от 1100 за 2000 г., сега са над 2500 на брой. Повишава се степента на насищане с телефонни постове в страната като особено бързо се увеличават абонатите на мобилни телефони.³⁶

Макар и далеч от състоянието в другите страни,³⁷ разгледаните факти свидетелстват за бързото развитие на високотехнологичните услуги като отговор на нарасналите производствени и индивидуални потребности. Те стават естествена необходимост в професионалния и личния живот на хората, улесняват и интензифицират тяхната дейност. В този аспект секторът на услугите се очертава като важен иновиращ елемент на икономическата система, който в една или друга степен има положително мултиплициращо въздействие върху останалите отрасли и върху развитието на страната изобщо.

Секторът на услугите играе ключова роля при **формирането на „човешкия фактор“** в икономиката. От една страна, в този сектор се осъществява цялостната подготовка на активното население (придобиването на базисни знания и знания, свързани с професионалната ориентация), а от друга – чрез развитие на образованието и системите за професионална квалификация и преквалификация той създава условия за преодоляване на дисбаланса между подготовката на кадрите и динамичните промени в потребностите на производството.³⁸

³⁵ International Telecommunication Union (www.itu.int).

³⁶ Към юли 2003 г. броят на фиксираните постове е над 2,2 млн., което представлява 76% от домакинствата в страната и е с 3,4 пункта повече в сравнение със съответния дял при последното преброяване. Само за периода март 2001 – юли 2003 г. броят на мобилните телефони нараства 3 пъти (908 хил.), а в сравнение с 1998 г. – близо 27 пъти и през 2003 г. достига 3,5 млн. (срещу 2,5 млн. за 2002г.). – Социално-икономическо развитие България 2003, С., НСИ, 2004, с. 73, 240.

³⁷ По данни на Международния телекомуникационен съюз (2004 г.) през 2003 г. броят на персоналните компютри средно за европейските страни е 21,44 на 100 души от населението, като в Швейцария той е 71, в Швеция – 62, в Люксембург – 59, в Норвегия – 53 на сто души. Средният брой на Интернет-сървърите (hosts) е 28,1 на 1000 души. Лидери в това отношение са Исландия – 379, Финландия – 243,7, Дания – 2314, Холандия – 216,3 на сто души. Мобилните телефони са средно 55,4 на 100 души, като в Чехия, Исландия, Норвегия и Португалия те покриват близо 100% от населението, а в Люксембург и Италия достигат съответно до 106,1 и 101,8 на сто души от населението. – International Telecommunication Union (www.itu.int).

³⁸ Във връзка с това В. Григорова отбелязва важната роля на следдипломното обучение и най-вече на това, организирано от самите компании. Предимството, според нея, е главно във възможността за координиране на учебната програма с планове на предприятията и потребностите им за реструктуриране. (Вж. Григорова, В. Структурни изменения през периода на преход към пазарна икономика, С., СИЕЛА, 2003, с. 103).

Структурното развитие на икономиката и създаването на реален трудов пазар у нас предопределят измененията в образователната структура на заетите. За периода 1997-2003 г. заетите с висше образование в страната нарастват с 86,4 хил. души или с 13%, а тези с основно и по-ниско образование намаляват с над 230 хил. души или с 31%. Данните показват най-голямо нарастване на кадрите със средно специално образование. За посочения период те се увеличават с 474 хил. души (със 70%) и заемат най-висок дял сред активното население.³⁹

Обслужващият сектор не само създава, но и потребява голяма част от образованите и висококвалифицираните кадри. Тенденциите в структурата на заетостта са сходни с тези в икономиката. Заслужава внимание фактът, че като динамична сфера на икономиката и предвид естеството си на дейност секторът на услугите заема водещи позиции по отношение на образованите трудови ресурси в икономиката. През периода 1997-2003 г. в услугите работят 80% от всички заети с висше образование, над 50% от заетите със средно (от които повечето с конкретна специализация) и около 30% от ниско образованите,⁴⁰ което силно наподобява средните стойности за страните от ЕС.⁴¹ Така секторът допринася за рационалното използване на трудовите ресурси у нас. Но не само това. Чрез дейностите по повишаване на образованието и квалификацията на хората, той косвено стимулира навлизането и широкото разпространение на модерните технологии, защото тяхното приложение изисква не просто изпълнителски, а образовани, аналитично и творчески ориентирани кадри. Те, както отбелязва И. Урсинов, много по-лесно се поддават на обучение и по-бързо усвояват организационните и технологичните новости, отколкото необразованите.⁴²

Подобряването на образователната характеристика на заетите е сериозен напредък в общия трансформационен процес, защото тези кадри имат конкретна професионална подготовка и познания в определена област на икономиката. Това от своя страна означава повишаване на тяхната гъвкавост и адаптивност, засилване на творческата страна на производствения процес и създаване на благоприятни условия за ускорено икономическо развитие на страната.

Важно значение за общото социално-икономическо развитие има и **рационализирането на институционалната структура** на услугите, т.е. промяната в съотношението между частния и обществен сектор. Преструктурирането на собствеността се осъществява с ускорени темпове до 1996 г., след което тези процеси естествено се забавят. За периода 1996-2003 г. съотношението между частния и обществен сектор в добавената стойност на услугите се стабилизира в полза на частния, като от 1998 г. насам се отчита непрекъсната тенденция на увеличаване на неговото относително тегло. По последни данни за 2003 г. съотношението е 67%: 33% (вж фиг. 4). В резултат на това услугите имат най-голям дял в целия частен

³⁹ Изчислено по данни на НСИ и "Заетост и безработица" за съответните години.

⁴⁰ Изчислено по данни на НСИ и "Заетост и безработица" за съответните години.

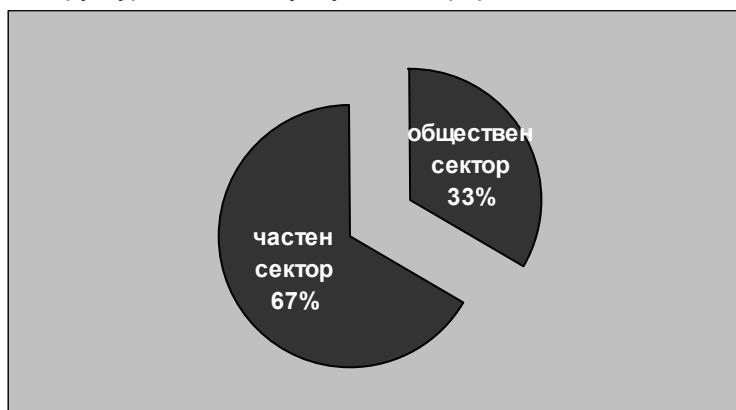
⁴¹ През 2000г. в страните от ЕС заетите с висока степен на образование в услугите са около 30%, със средна – 47%, с ниска – 23% - Вж Employment in Europe 2001, ЕС, July 2001, p. 31.

⁴² Вж. Ursinov, I. Quels défis pour l'éducation?, Problemes econ., 1999, N 2631, p. 29-32.

сектор на икономиката – над 50% (38% без условната рента) и той постепенно нараства.⁴³

Фигура 4

Структура на БДС в услугите по форма на собственост



Източник: Статистически справочник 2004

Посочените факти свидетелстват за напредък в развитието на пазарните отношения у нас. Увеличаването на продукта, създаден от частния капитал в обслужващите дейности разкрива трайна тенденция към модернизиране и разрастване на националното производство. Услугите стават благоприятна почва за развитие на редица традиционни и на много нови, високотехнологични отрасли. Основни предпоставки за това са нискорисковият характер на вложенията в сектора; ускорената приватизация; възможността за получаване на високи печалби, поради наличие на пазарни ниши в тази област на икономиката и т.н.

В сравнение с 1991 г. делът на добавената стойност в общественния сектор на услугите намалява повече от два пъти, но въпреки това той се запазва сравнително висок. Причините могат да се търсят в следните насоки: неблагоприятната икономическа обстановка през 1997 г. и бавното активизиране на инвестиционната дейност след това; съхраняване на водещата роля на държавата в някои услуги с цел те да бъдат достъпни за всички групи от населението; наличие на дейности с висока капиталоемкост и дълъг срок на възвръщаемост, към които частният капитал не проявява интерес.

Ограничаването на държавната намеса и развитието на частния сектор създават възможности за повишаване ефективността на услугите и съответно за благоприятното им влияние върху стопанската ефективност. Същевременно, осезателното участие на публичния сектор в предоставянето на редица важни услуги като здравеопазване, образование, изграждане на инфраструктурата, научна и развойна дейност и други, осигурява множество потребности на населението и тушира редица социални проблеми. По този повод, позовавайки се на чуждестранния опит, Л. Демидова отбелязва погрешната практика в услугите да се използват принципите и методите за

⁴³ Статистически годишник 2003, С., НСИ, 2003, с. 139.

раздържавяване, прилагани в материалното производство. Според нея в тази област е еднакво опасно както пълното раздържавяване на дейностите, така и запазването на тоталната държавна намеса в тях.⁴⁴

В крайна сметка, като съчетава механизмите на пазара с тези на държавата, секторът на услугите показва, че не е индиферентен на реструктуриращите процеси в икономиката. Напротив, той е израз и условие за адаптирането на икономиката към новата пазарна среда.

Преобразуващото въздействие на услугите се изразява още и в приноса му за **интензификацията** на националната икономика в дългосрочен план.

За да се разкрие това влияние, трябва да се отчетат възможностите за интензификация в самия обслужващ сектор. На пръв поглед и в рамките на кратък период те са ограничени както по субективни причини (свързани с наследството от централно управляваното стопанство, с недостатъчното развитие на някои стратегически значими дейности), така и поради обективните особености на услугите като трудоемък сектор на икономиката. За изследване на тези възможности се използва показателя производителност на труда (БДС на един зает). За периода след 1997г. БДС в обслужващите дейности нараства бавно и с различен темп, а заетостта показва по-слаби и разнопосочни промени (вж. табл.1).

Таблица 1

Темп на изменение на БДС и на заетостта в сектора на услугите
(предходната година = 100)

	1992	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
БДС	-26.9	-9.3	-19.3	0.6	5.3	6.7	4.7	5.1	3.5
Заетост	-5.6	4.5	-4.8	1.1	2.8	-3.3	-0.1	1.4	2.6

Източник: Статистически годишник за съответните години и изчисления на автора.

Тези обстоятелства определят забавения темп на нарастване на производителността на труда в сектора, което става една от главните причини (поради големия дял на услугите в икономиката) за бавното повишаване на производителността в цялото стопанство (табл. 2). Потвърждение на установената тенденция са официалните статистически данни за производителността през 2002-2003г., които показват реално нарастване в индустрията 9,4%, в обслужващия сектор – 2,5%, а в цялата икономика – 3,8%.⁴⁵ Така на повърхността се извежда задържащото влияние на услугите върху интензификацията на производството и повишаването на неговата ефективност.

Трябва да се отбележи, че разгледаните изменения на производителността в услугите и влиянието им върху икономиката не са особеност на развитието на сектора само в нашата страна. Световната практика показва, че подобни тенденции са характерни за третичния сектор

⁴⁴ Вж. Демидова, Л. Сфера услуг в постиндустриалной экономике. – Мировая экономика и международные отношения, 1999, N 2, с. 31-32.

⁴⁵ В селското стопанство има спад на производителността с 2%, но според НСИ, тя в голяма степен има условен характер, поради което не е взета предвид в настоящия анализ. – Вж. Социално-икономическо развитие. България'2003, НСИ, 2004, с. 172

изобщо⁴⁶. В тази връзка се поставя въпроса⁴⁷ за целесъобразността от използването на голям обем човешки и други ресурси в сравнително неефективния сектор на услугите.

Таблица 2

Индекс на физическия обем на производителността на труда
(предходната година = 100)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Селско стопанство	133,2	109,1	109,4	91,3	101,5	105,1
Индустрия	94,0	112,9	101,5	116,8	108,1	103,0
Услуги	84,9	99,5	102,3	110,3	104,3	103,6
За цялата икономика	94,8	102,9	103,9	108,8	105,1	103,9

Източник: Статистически справочник за съответните години и изчисления на автора

Формално погледнато отчетените изменения и съществуващите на тази основа твърдения за ниската ефективност на сектора имат основание, но те представят проблема само откъм неговата количествена страна и от гледна точка на кратък срок. Ролята на обслужващия сектор се състои не само в прякото му влияние върху статистическите измерители на производителността. Задълбоченият анализ изисква да се отчетат и качествените последици от развитието на услугите, а именно тяхното положително въздействие върху всички области на икономиката. Доколкото в сектора на услугите се формират ключовите фактори на икономическия растеж (наука и научни изследвания, компютърни технологии, човешки капитал, инфраструктура и други), от гледна точка на дълъг срок, той интензифицира и модернизира останалите сектори, повишава тяхната производителност и така косвено съдейства за повишаване ефективността и конкурентоспособността на цялата икономика. По думите на М. Кънев, Р. Цвелев и според констатациите на Европейската комисия, действителният ефект от развитието на третичния сектор се усеща не веднага, а е въпрос на средносрочна и дългосрочна перспектива, и то в рамките не на отделни отрасли, а на цялото стопанство.⁴⁸

Не на последно място трябва да се отбележи **високият социален ефект** от развитието на услугите. В условията на изостряне на социалното напрежение именно той осигурява заетост на по-голямата част от активното население. В много негови отрасли индивидуализираният характер на обслужването допринася за по-точно определяне и по-пълно задоволяване потребностите на хората. Освен това, услугите са единственият сектор на икономиката, част от богатата на който нямат пряк изход към пазара и са

⁴⁶ Вж. Кастелъс, М. Информационна епоха. Икономика, общество, култура, М., 2000, с. 89; Власов, В. Япония: смена модели икономического роста, М., Наука, 1990, с. 150; Портер, М. Международная конкуренция, М., Международные отношения, 1993, с. 296.

⁴⁷ Вж. Портер, М. Международная конкуренция, М., Международные отношения, 1993, с. 296; Антипина, О., В. Иноземцев, Диалектика стоимости в постиндустриальном обществе, Мировая экономика и международные отношения, 1998, №6, с. 49.

⁴⁸ Вж. Кънев, М. Влияние на нарастващото преместване на работна сила в сферата на услугите върху общостопанската ефективност в развитите капиталистически страни, Народностопански архив, 1988, кн. 2, с.171, с. 218; Сфера услуг в США, М., Наука, 1985, с.148; Цвелев, Р. Метаморфозы индустриальной экономики, Мировая экономика и международные отношения, 2001, №2, с.18; Economic Survey of Europe, UN New York and Geneva, 2000, №1 p. 30.

предназначени да задоволяват потребностите на всички потребители, независимо от финансовите им възможности. Тези услуги целят подобряване на здравния статус на населението, повишаване на неговото образователно и квалификационно равнище, формиране на ценностната му система, на неговите поведенчески и консумативни модели. Това от своя страна е основа за реализация на индивида както в професионален, така и в житейски план.

Предвид разгледаните положителни въздействия на обслужващия сектор можем да направим извода, че неговото динамично развитие и все по-осезателното му влияние върху всички области на стопанството са едни от най-важните характеристики на променящата се национална икономика. Все по-ясно се разкрива преструктуриращата роля на обслужващите дейности и тяхното съществено значение за създаване на ефективно и конкурентоспособно национално производство.

Наред с констатираните положителни изменения в услугите и тяхното благоприятно отражение върху икономиката и обществото, трябва да се отбележи и наличието на редица нерешени проблеми:

- Макар и нарастващ, делът на услугите в структурата на основните макроикономически показатели показва, че не е използван целия потенциал на сектора за ускоряване структурното преустройство на икономиката и за постигане на висок темп на икономически растеж;
- Ограничено е значението на обслужващия сектор като мощен иновационен канал за икономиката, какъвто е той в развитите страни - не са достатъчно популяризирани предимствата от използване на съвременните технологии; не е напълно осъзната изгодата от повишаване на разходите за високотехнологични услуги и тяхната роля за интензифициране на производството; цената на тези услуги е сравнително висока за финансовите възможности на националните потребители и т.н.;
- Налице са проблеми, свързани с използването на работната сила като слаба мотивация на човешкия фактор в някои ключови дейности на икономиката (образование, здравеопазване, наука, софтуерни услуги), известно несъответствие между подготовката на кадрите и изискванията на бизнеса, бавно увеличаване броя на новосъздадените работни места и пр.;
- Частният сектор все още не е достатъчно развит и в много направления предстои да се модернизира върху основата на по-широкото приложение на новите технологии и възприемане на съвременни форми и начини на обслужване;
- Ролята на държавата при осигуряване на здравни, образователни, социални и други услуги трябва да се прецизира с цел да се осигури достъп на всички граждани до тях, но и да не се пренебрегва изцяло принципа на икономическа ефективност.

Посочените проблеми придават по-различен облик на националната икономика в сравнение с този на развитите държави. В тях секторът на услугите акумулира над 70% от общия обем инвестиции⁴⁹, ангажира средно

⁴⁹ Вж. Россия и страны мира, М., Госкомстат России, 2000, с. 271-272.

71,4% от активното население,⁵⁰ създава между 65% и 77% от БДС. Освен това там приоритет имат обслужващите дейности, свързани с формирането на човешкия фактор и с технологичното обновяване на производството.⁵¹ По много от показателите за разпространение на информационните и комуникационните технологии, тези държави значително изпреварват нашата страна.⁵²

Направеното сравнение показва, че секторът на услугите у нас не е достатъчно развит и че е налице само частичен напредък по отношение изграждането на реално пазарно стопанство. Въпреки становището на Европейската комисия,⁵³ отбелязаните недостатъци и ограничения в развитието на сектора разкриват, че националната икономика все още не е напълно зряла в пазарно отношение и че процесът на реструктуриране не е достигнал завършващата си фаза. Това означава, че трябва да се преодоляват посочените негативни тенденции в обслужващите дейности, да се оптимизира тяхната структура, да се създават стимули за ускореното им развитие.

Въпреки противоречивия си характер и независимо от посоченото изоставане спрямо световните тенденции секторът придава ново измерение на икономическото развитие у нас. И на входа, и на изхода, както и в самия производствен процес производството все по-силно "обраства" с услуги. Все повече дейности в индустрията и селското стопанство придобиват непосредствено характер на услуги, чиято съвкупност има за резултат материален продукт. Създава се комплексна икономическа система, основана на интеграцията между всички икономически сектори. Те органически се вграждат едни в други, допълват се, взаимно се обуславят и се развиват като единно цяло. В резултат на това взаимодействие постепенно се формира нов тип икономика, с нов обхват, с нови структурни характеристики и с нови движещи сили.

⁵⁰ Вж. Employment in Europe 2004, EC, 2004, p. 238 – <http://europa.eu.int>.

⁵¹ Над 70% от всички вложения в обслужващите отрасли (и над 50% от капитала в икономиката като цяло) се използват за развитие на научните изследвания, кредитно-финансовите дейности, деловите услуги, здравеопазването, образованието, културата и пр. – Вж. Россия и страны мира, М., Госкомстат России, 2000, с. 271-272. Освен това, за периода 1995-2000 г. в страните от ЕС от създадените над 10 млн. работни места повече от 40% са в областта на здравеопазването, образованието и социалните грижи, над 25% – в бизнес услугите и около 10% – в компютърните дейности. – Вж. Employment in Europe 2001, EC, July 2001, p. 29.

⁵² Вж. International Telecommunication Union (www.itu.int), Социално-икономическо развитие България 2003, С., НСИ, 2004, с. 73-80.

⁵³ Годишен доклад за 2002г. на Европейската комисия за напредъка на България в процеса на присъединяване (www.evropa.bg).

КЛЮЧОВА ДЕТЕРМИНАНТА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

Устойчивото развитие на туристическата дестинация днес е необходимо, за да се представи решение за предотвратяване и отстраняване на отрицателните последици от ускореното развитие на туризма, както и за запазване или увеличаване на конкурентоспособността и атрактивността на дестинацията. Целта на тази студия е да представи специфичен механизъм, който да се прилага при управлението на туристическата дестинация за нуждите на нейното устойчиво развитие. Този механизъм е разработен на базата на общите принципи за устойчивост и тяхното проявление по отношение на туризма и на конкретен туристически район. Ключовата детерминанта за устойчиво развитие на туристическа дестинация е изразител на незаменимия капитал обхващащ конкретни ресурси, ценности и свързани с тях компетенции и фактори, със значение за конкурентоспособността и атрактивността на дестинацията. Представеният специфичен механизъм на ключовата детерминанта предлага насоки за решаване на един от значимите проблеми днес, а именно отделяне развитието на туризма от деградиращата експлоатация на природен и социален капитал без да се лишават местното население и туристите от добър стандарт на живот и възможности за рекреация, но и бъдещите поколения от достъп до природни ресурси и социални ценности. За постигане на тази цел се решават 2 основни изследователски задачи:

- Извеждане на принципи на устойчивото развитие на туристическата дестинация;
- Определяне на ключовата детерминанта за устойчиво развитие на туристическата дестинация.

JEL: O20

Увод

Устойчивото развитие на туристическа дестинация днес е необходимо, за да се представи решение за предотвратяването и отстраняването на отрицателните последици от ускореното развитие на туризма, особено като приоритетен отрасъл на икономиката, както и за запазване или увеличаване на конкурентоспособността и атрактивността на дестинацията.

Мащабното развитие на туризма предизвиква редица негативни екологични, социално-икономически и институционални процеси. В съчетание с външни и вътрешни за дестинацията фактори, те обуславят намалението или загубата на нейната конкурентоспособност. Масовият туризъм е свързан с изграждането на туристическа инфраструктура и с утвърждаването на

¹ Генка Рафаилова е докторант в Икономически институт на БАН, тел: 9875879, факс: 9882108, e-mail: rafailovagenka68@hotmail.com.

дестинацията на туристическия пазар, но той унищожава ресурсите на отрасъла и компонентите/елементите, определящи нейната атрактивност и конкурентна позиция. Разбира се, за всяка дестинация е необходимо да се изследват и характеризират конкретните екологични и социални проблеми, директно или косвено причинени от туризма, като се отчита, че той не е единствената икономическа и социална дейност, която ги създава. В този смисъл е нужно решенията да се търсят и предлагат предимно на локално равнище.

Концепцията за устойчиво развитие на туризма, базирана на теорията за устойчивото развитие, обхваща принципи и инструменти за съхранение и възстановяване на околна среда и културни ценности, за постигане на икономическа ефективност и социална справедливост за днешното и бъдещото поколение туристи, местно население и жителите на различни райони в света.

Днес развитието на туризма в България се характеризира с мащабност и масовост. Съгласно изследванията в международен план за неговото взаимодействие с околната среда и на базата на теорията за устойчивия туризъм като следствия от мащабното развитие на отрасъла се регистрират резултати, които имат отрицателно отражение върху конкурентоспособността и атрактивността на дадена дестинация. Ето защо концепцията за устойчиво развитие на туристическата дестинация за България е особено актуална. Развитието на туризма в страната трябва да се "разграничи" от неблагоприятната експлоатация на природните ресурси и социо-културното богатство. При това, без да се допускат социално-икономически сътресения, а напротив, да се съдейства за осигуряването на по-висок жизнен стандарт съгласно критериите за членство в ЕС.

Целта на тази разработка е да представи специфичен механизъм, който да се прилага при управлението на туристическата дестинация за нуждите на нейното устойчиво развитие. Той е разработен на базата на общите принципи за устойчивост и тяхното проявление по отношение на туризма и на конкретен туристически район. Необходимостта от създаването и използването на такива механизми произтича както от разнообразието, в т.ч. негативните влияния на туристическата дейност, така и от търсенето на специфични за различните дестинации подходи за приложението на принципите на устойчиво развитие на туризма. Тези принципи произтичат от теорията за устойчиво развитие, която е израз на системния и дългосрочно ориентиран подход за решението на съществуващите днес взаимоотношения екологични, социални, икономически и политически проблеми както на локално, така и на глобално равнище. Реализирането на основната идея за устойчиво развитие на туризма – хармонизиране на туристическата дейност с опазването на природната среда и постигане на социална справедливост в териториален и времеви аспект, поражда редица спорове, проблеми и трудности. Един от съществените проблеми е по какъв начин да се отдели развитието на туризма от деградиращата експлоатация на природен и социален капитал, без да се лишават местното население и туристите от добър стандарт на живот и възможности за рекреация, но и бъдещите поколения от достъп до природни ресурси и социални ценности. Представеният специфичен механизъм на ключовата детерминанта за

устойчиво развитие на туризма предлага насоки за решаване на тези значими проблеми. За постигане на тази цел се решават две основни изследователски задачи: извеждане на принципите и определяне на ключовата детерминанта за устойчиво развитие на туристическата дестинация.

I. Същност и принципи на устойчивото развитие на туристическата дестинация

1. Същност и принципи на устойчивото развитие

Устойчивото развитие на туристическата дестинация се базира на концепцията за устойчиво развитие. Движещите идеи на тази концепция са: 1) да се балансира социално-икономическата дейност със защита и съхранение на природата, 2) като се запазва сегашното или се постига по-високо качество на живота и благосъстояние на хората, 3) но само при справедливото разпределение на ценности, блага и ресурси както сред настоящи жители на планетата, така и по отношение на следващите поколения. Те са обединени от разбирането за интегративната и дългосрочната ориентация на общественото развитие, която официално се прокламира през 1987 г. с доклада "Нашето съвместно бъдеще" на т. нар. „Комисия Брундтланд“, изготвен за ООН, и най-вече чрез посочената в него дефиниция за устойчивото развитие. Съгласно тази дефиниция **„устойчивото развитие е развитие, което осигурява удовлетворяване на потребностите на настоящето поколение, без да се разрушават или накърняват условията и възможностите на бъдещите поколения да удовлетворяват техните потребности“**. В нея ясно е заявена необходимостта от съвместяване на всяка човешка дейност с природните процеси и капацитета на околната среда от гледна точка на настояще и бъдеще. На конференцията на ООН "Околна среда и развитие" в Рио де Жанейро през 1992 г. се развива концепцията за устойчиво развитие на обществото, като се формулират необходимите документи и политически споразумения. Очертани са и основните насоки на това развитие: "Усъвършенстване на икономическите и социалните условия в хармония с дългосрочно съхранение и защита на естествената среда, за да се запазят шансовете на бъдещите поколения за развитие и себеизява". Следователно целите са да се съгласуват и хармонизират икономическият растеж и технологичният прогрес с изискванията за опазване на околната среда, със социалната справедливост и с демократичността на политическите решения в дългосрочен аспект. Пътищата за реализиране на тези задачи са постигане на консенсус между различните обществени групи и интегриране в секторните политики на критериите за съхранение на природата и за социална справедливост. Въпросът за това обаче как да се осъществи "отделяне" на общественото развитие от деградацията на околната среда изисква преди всичко специфично решение, първо, на локално, а след това на регионално и международно равнище. Подходът за изпълнение на концепцията трябва да бъде съобразен със своеобразните социално-икономически, екологични и правно-политически условия в различните райони или държави. "Екологичните проблеми могат да бъдат причинени

предимно от липсата на инициативи на икономически агенти, които директно контролират и използват природните ресурси на локално равнище.”

Основните ориентири за постигане на устойчиво развитие независимо от време и място могат да бъдат трите групи от принципи, на които се базира концепцията за устойчиво развитие.

Принципите за екологично устойчиво развитие и насоките за опазване на природната среда и съхраняване на нейните компоненти

Екологичната устойчивост означава нормално протичане на природните процеси и поддържане на “устойчивост и стабилност на екосистемите”², които осигуряват природни ресурси и функции, така че да се гарантират необходимите условия за живот за човека и всички видове организми. Компоненти на природната среда, които са съставни елементи на природния капитал, са: възобновяемите (дървета, рибни ресурси, растения и животни и други организми и енергия – геотермална, атомна, слънчева) и невъзобновяемите (полезни изкопаеми, минерали и др.) природни ресурси; химическите, физичните и климатични свойства на природните фактори – земя, въздух, вода, и природните функции – регулиране на климата, контрол на ерозията, осигуряване на хранителни вещества и местообитания и т.н., както и функциониращите екосистеми вследствие на взаимодействието на всички тези компоненти.

Днес показателите за процесите и състоянието на околната среда са с твърде тревожни стойности. Тези отрицателни резултати се дължат в голяма степен на въздействията на човешката дейност върху природната среда. Последствията с негативен характер се отнасят основно до пагубно изменение на редица физико-химични процеси, влошено състояние на въздух, почва и вода, унищожение на екземпляри от флората и фауната, намаляване на биологичното разнообразие и нарушаване устойчивостта на екосистемите и тяхното нормално функциониране.

Определени компоненти на природна среда са незаменими, неподлежащи на възстановяване и изключително съществени за нейната жизнеността, т.е. участват или създават условия за поддържане и запазване на живота на всички организми и на човешкото съществуване днес и в бъдеще. За да се гарантира тяхното съхранение и поддържане, е необходимо да се прилагат и спазват принципите за екологично устойчиво развитие:

- обществената дейност, предимно икономическата, да се преориентира (или да съдейства за това) към заменими или регенериращи се ресурси и енергийни източници;
- възобновимите ресурси и екосистемите да се използват с темп, по-нисък от нормата на тяхното възстановяване;

² Възможностите на екосистемата да се възстановява след и да абсорбира външни негативни въздействия – естествени (земетресения, пожари, суша) и човешки (замърсяване и унищожаване на местообитания) т.е. след това да може отново да функционира нормално и да осигурява жизненонеобходимите природни ресурси и функции.

- продуктите на обществената дейност, които са остатъчни и се поемат от околната среда, да бъдат съобразени с капацитета и способността на обкръжаващата среда да ги асимилира;
- съществените и високосзначимите екосистеми, красотата на природата и разнообразието на ландшафта да бъдат защитени и запазени.

Принципите за икономически устойчивото развитие и насоките за запазване или повишаване на благосъстоянието на хората, като се отчита ролята на природната среда и нейното съхранение за стандарта на живот

Икономическата устойчивост означава да се осигуряват възможности и да се създава благосъстояние³ в определен период, което най-малко е равно на благосъстоянието от предходния. Общественото развитие, базирано на икономическа устойчивост, гарантира съхранение и усъвършенстване на условията за производствена дейност и способностите на различните поколения да удовлетворяват техните физически и духовни потребности чрез произведените материални и духовни блага..

Целта е всяко поколение да придобива минимум същото благосъстояние, каквото е имало предходното, като наследява, експлоатира и предава на неговите потомци капитал с равна или по-висока стойност. Това условие изисква обществото да живее от приходите от общия капитал, който притежава, без да го намалява или съгласно правилото на Hartwick: „Постоянното равнище на консумация би могло да бъде поддържано непрекъснато, ако целият приход „рента на оскъдността“ (приходът от експлоатацията на невъзобновимите ресурси) се (ре)инвестира в капитал (възстановяем). По този начин това равнище на инвестиция би могло да бъде достатъчно да осигури ненамаляваща стойност на общия капитал.” Съгласно това правило за икономическа устойчивост означава да се отчита съществуващата взаимовръзка между създаването благосъстояние, възможностите на всяко поколение за социално-икономическа дейност и състоянието на природните фактори и ресурси. В този смисъл е необходимо съхранението на общия капитал да се отнася не само за създадения от човека физически, а и до природния капитал. Съгласно една от интерпретациите за икономически устойчивото развитие (“Концепция за слаба устойчивост”) достатъчно условие за него е да се запази стойността на целия капитал, независимо от това дали компоненти на природната среда ще бъдат заменени със създадени от човека средства. Това направление се модифицира от автори като D. Pearce, K. Turner, E. Barbier и др. Според тях използването на компонентите на природната среда (в т.ч. замяната им с други) за целите на социално-икономическата дейност е възможна, но само

³ Благосъстоянието (Welfare, Wohlfahrt) е категория, която изразява удовлетворението на материални и нематериални потребности и постигане на по-висока социална сигурност чрез действащата пенсионна, здравно- и животоосигурителна система и защита срещу безработица – Wicke, L.; Maier, H.

ако се запази стойността на “критичния”⁴ (“незаменим”) природен капитал, за да могат следващите поколения да наследят сходни функции и възможност да придобиват ползи от природния капитал.

Принципът на икономически устойчивото развитие (вж. формула 1) е “благосъстоянието на човек от населението да нараства непрекъснато или да бъде постоянно с течение на времето при запазване на общия капитал, в т.ч. и на използвания природен капитал, без да се допусне неговото изчерпване или унищожаване”.

(1) $S(t) - \delta K_m(t) - \delta K_n(t) - \delta K_h(t) > 0$, където:

K_m е създаденият от човека и репродуктивен капитал, т.е. технически съоръжения, сгради, инфраструктура и др., който се осчетоводява;

K_n – природният капитал, който включва възобновяемите и изчерпаемите ресурси и функциите от природната среда (елементите на природния капитал се разглеждат като входящи ресурси на икономическия процес, като приемници на остатъчните продукти от този процес и като функции, в т.ч. естетични и рекреационни, които поддържат икономическата дейност;

K_h – хуманният (социалният) капитал, който включва познания и умения, инвестиции в здравето и образованието, информация, знания, културно богатство;

δ – амортизацията на капитала. Определянето на “амортизационна норма” на природните ресурси се интерпретира предимно като “рента на оскъдността”. Стойността δ на изчерпаемите ресурси е пазарната цена, която е равна на маргиналните разходи на добива на ресурсите и тяхната експлоатацията.

S – стойност на спестените ресурси;

t – времеви период на използване на капитала.

Следователно компоненти на общия капитал, в т.ч. на природния, както и редица духовни (социални) ценности са изключително **важни за създаването на благосъстояние** минимум на едно и също равнище, както и за осигуряване на същите икономически възможности в следващи периоди, защото участват пряко или непряко в създаването на благосъстояние.

Съгласно принципите за социално устойчиво развитие трябва да се постигне справедливо разпределение на ресурси и благосъстояние между хората днес и в бъдеще

Социалната устойчивост се изразява в гарантирано удовлетворение на основните нужди на всички жители на планетата, спазване правата на човека и възможност на поколенията за постигане на същия или по-добър жизнен стандарт, сравнен със сегашния. За целта, от една страна, е необходимо такова разпределение на ресурсите и благата, задоволяващо най-малко основните потребности на хората, а от друга, запазване на капитала, който се предоставя на идващото поколение.

⁴ Съвкупността от незаменими и застрашени от безвъзвратно унищожение от икономическата дейност природни функции и ресурси, което би довело до необратими и трудни за преодоляване негативни последици за обществото

Принципът на социално устойчивото развитие е постигане на социална справедливост по отношение на различните общности и в дългосрочен аспект. Това означава да се осигуряват равни шансове и права за придобиване на материално и духовно богатство и за индивидуално израстване за всяка група от хора или за всяко поколение, независимо от времето, мястото и социално-икономическите условия, в които живеят.

Следователно компонентите на социалния и природния капитал в един район или държава са жизненонеобходими и високозначими, за да се:

- запазят и осигурят компонентите на общия капитал за създаване на благосъстояние и осигуряване на качество на живот както сред всички жители на отделен район, така и в други райони на света или за цялото човечество в сегашния етап;
- запази общият капитал и да се повишава качество на живот за следващите поколения.

2. Същност на устойчивото развитие на туристическата дестинация

Изведените принципи за устойчиво развитие са базисни за формулиране на концепцията за устойчивото развитие на туризма. Тя може да се разглежда като интегративен подход за трансформация и функциониране на туристическата сфера, така че същевременно да се постигат икономическа ефективност, социални, екологични и политически цели и изисквания. Устойчивото развитие на туризма не е “развитие, което само помага за устойчивостта на туристическата индустрия или съхранение на нейните ресурси”. Дефиницията, която изразява възможно най-добре същността и значението на концепцията за устойчиво развитие на туризма, е изведена едновременно от *Canada Tourism Board (1990)*, *WTO (1988)*, *E. Inskeep (1990)* гласи:

„Устойчивото развитие на туризма удовлетворява нуждите на настоящите туристи и местно население в дестинацията и същевременно защитава и съхранява възможностите за бъдещи периоди, т.е. не възпрепятства следващото поколение да задоволява своите нужди и желания, като се управляват всички ресурси по такъв начин, че да бъдат удовлетворени икономическите, социалните и естетичните потребности при едновременно поддържане на културната идентичност и интегративност, съществените екологични процеси, биологичното разнообразие и жизненоопределящите системи.”

В това определение ясно са очертани основните характеристики и параметри на концепцията за устойчиво развитие на туризма като:

- **Базисна идеология** – дългосрочно развитие на туризма при съхранение на природа и социо-културно богатство, необходимо за туризма и жизнеността на средата (предимно в приемащата туристическа дестинация). Съгласно редица изследвания туризмът оказва не само положителни, но и отрицателни въздействия върху природната и обществената среда. Това налага преориентация на неговото развитие в посока на разделянето му към деградацията на околната среда.

- *Цели на устойчивото развитие на туризма* – повишаване или най-малко поддържане удовлетвореността и качеството на живот на местното население и туристите.
- *Защита на различни интереси* – постигане на консенсус между интересите на различни ключови обществени групи и участници по веригата за създаване на туристическия продукт.
- *Интегративност на туристическата политика и планирането* – взаимнообвързаност на екологичното, икономическото, социалното и институционалното измерение. В представеното определение е подчертано, че постигането на екологична устойчивост е един от ключовите критерии за устойчивото развитие на туризма. Съхранението на жизнеността на средата обаче трябва да бъде хармонизирано с туристическата дейност (източник на доходи и регионално развитие) и извличането на социални изгоди от нея. В дефиницията се очертава необходимостта от развитието на туризъм, но само при условие, че се запазва стойността на капитала (минимум на този използван директно или косвено от отрасъла), за да се осигури най-малко същото или по-добро благосъстояние на бъдещото поколение – туристи и местно население.

Постигането на устойчиво развитие на туризма изисква да се разработят и прилагат стратегии и планове преди всичко на равнище туристическа дестинация. “Устойчивото развитие на туризма трябва да поддържа и увеличава качеството на преживяването на туристите и качеството на живот в туристическата дестинация чрез стимулиране на икономическото развитие в нея, което опазва местната природа и локалното социо-културно богатство.”

Това е така, защото негативните влияния и последствия от лишения от интегративно и дългосрочно планиране туризъм първо се проявяват локално. Нещо повече, социално-икономическите и природните условия, в които се води политика за устойчиво развитие на туризма, се различават във всяка туристическа дестинация. Именно нейните териториално-устройствен и регионален план очертават специфичните граници и подходи за използване на природните ресурси и социо-културното богатство. Същевременно устойчивото развитие на туризма както в териториален, така и във времеви аспект обхваща следните направления:

- поведението на туристите и тяхното потребление;
- дейността на туристическата индустрия и нейното дългосрочно планиране;
- поведението на местното население и нацията;
- действията, политиката и дългосрочното планиране от страна на местната власт и националното правителство ;
- дейността на туристическите организации на местно, национално, международно и световно равнище.

3. Принципи на устойчиво развитие на туристическата дестинация

Решения на екологичните и социалните проблеми и за повишаване качеството на живот не биха могли да се намерят, ако само отделни участници по веригата за създаване на туристическия продукт следват принципите за устойчивостта. Необходимо е всички те подчинят своите действия на концепцията за устойчиво развитие на туристическата дестинация. За целта е необходимо да се спазват общи ръководни правила, каквито са принципите за устойчивото развитие на дестинацията. Те могат да бъдат обобщени в четири базисни групи, като всяка произтича от съответните общи принципи на устойчивото развитие:

1. Запазване и усъвършенстване качеството на околната среда и средата за живеене в туристическата дестинация;
2. Запазване и повишаване качеството на туристическия продукт – преживявания, услуги и инфраструктура;
3. Удовлетворение и зачитане интересите на всички ключови участници и обществени групи;
4. Интегриране на местното население (жители и фирми) в процеса по вземане на решение и разпределение на създадени – директно или индиректно от туризма – блага (вж. табл. 1).

Изпълнението на концепцията за устойчивото развитие на туризма и постигането на нейните цели поражда редица научни и практически проблеми по отношение на:

- избора на подходи и методи за определяне на природния капитал, който не подлежи на субституция, така че да се постигне баланс между етични, екологични, икономически и политически цели, норми и съображения. Това в голяма степен е резултат от неизвестността по отношение на процесите и функциите на природната система и нейните екосистеми и вероятните естествени и неестествени промени в тях. Трудно може да се изчисли стойността на загубите на благосъстояние за хората поради разрушен или унищожен природен капитал;
- готовността и възможността на днешното поколение да заплати цената за съхранение на природните ресурси и функции – изцяло или само на незаменимите, които имат изключително значение за жизнеността на средата.

Тези два проблема затрудняват отговора на въпроса как да се отдели развитието на туризма от разрушителната или неефективната експлоатация на природния и социалния капитал, така че:

- ограничаването или спирането на туристическата дейност да не лиши местното население от приходи и постигнат стандарт на живот, а туристите – от възможности за рекреация и удовлетворение на духовни потребности;
- бъдещото поколение да не бъде лишено от използване на природен и социален капитал поради безвъзвратното им унищожаване за целите на туризма.

Таблица 1

Принципи за устойчиво развитие на туристическа дестинация

Принцип на устойчивото развитие на туристическата дестинация	Общи принципи на устойчиво развитие		Специфично проявление за туристическа дестинация
	Основен	Подкрепящ	Роля на туризма за устойчивото развитие
Запазване и усъвършенстване качеството на околната среда и средата за живеене*	Принципи на екологично устойчиво развитие	Принцип на запазване стойността на общия капитал Принципи на социална справедливост	1. Запазване на стойността на капитала на обществото и икономическата сфера на локално равнище 2. Съхранение и защита на невъзстановимите и възобновимите природни ресурси 3. Съхранение и защита на природните фактори 4. Съхранение и защита на екосистемите и ландшафта
Запазване и повишаване качеството на туристическия продукт – преживявания, услуги и инфраструктура	Принцип за запазване на общата стойност на капитала, в т.ч. на природния и социалния	Принцип за защита и съхранение на природни ресурси, функции и ландшафт Принцип за защита и съхранение на социо-културно богатство	1. Запазване стойността на капитала на туризма – природен капитал 2. Запазване стойността на капитала на туризма – създаден от човека, в т.ч. културен и морален (елементи или целия) 3. Съхранение на атмосферата и красотата на дестинацията
Удовлетворение и зачитане интересите на всички ключови участници и обществени групи	Принцип на социалната справедливост в дългосрочен и интер-регионален аспект	Принцип за запазване и повишаване благосъстоянието на населението	1. Повишаване качеството на живот на местните жители и на туристите 2. Запазване и нарастване на създаваната стойност и приходите от туристическата индустрия и нейни партньори 3. Принос за регионалния процес на създаване на стойност/благосъстояние 4. Защита правата на човека и човешкото достойнство
Интегриране на местни жители и фирми в процеса по вземане на решение и разпределение на създадени блага	Принцип за утвърждаване на правно-законодателни и регулативни условия за устойчиво обществено развитие	Принцип за социалната справедливост	1. Утвърждаване на правно-политическите и институционалните условия за участие на местните жители в процеса на вземане на решение 2. Изпълнение на местни специфични изисквания и потребности

* Комплексна категория, разбирано като съвкупност от жизненонеобходими условия и условия за реализиране на социални дейности, оценявани предимно от представители на местното население.

Източник: UNEP, WTO, Stabler, M.J; Inskeep, E., Department of environment, Britan, "Guiding principles of sustainable tourism", 1991.

За да се намери баланс между развитието на туризма и съхранението на жизнеността на околната среда (природа и общество), е нужно да се определят критичните за бъдещата ѝ устойчивост елементи. Необходим е специфичен за развитието туристическата дестинация механизъм, чрез който да се дефинира и съхранява незаменимият природен и социален капитал.

Такъв механизъм може да бъде **ключовата детерминанта за устойчиво развитие на туристическата дестинация.**

II. Същност и значение на ключовата детерминанта за устойчиво развитие на туристическата дестинация

1. Същност на ключовата детерминанта

Научното и практическото значение на ключовата детерминанта е, че тя е изразител на елементите на “незаменимия” капитал. Те са конкретни природни ресурси, функции и екосистеми, социални ценности и свързани с тях компетенции и фактори, атрактивни за туристите, които трябва да бъдат съхранени и защитени чрез подходящи методи и средства.

Ключовата детерминанта за устойчиво развитие на туристическата дестинация включва: елементите на природен капитал, социалните ценности и блага и тези на общия капитал на туризма, подложени на неговото въздействие, които имат голямо значение за устойчивостта на природна и социална среда и благосъстоянието на хората.

Елементите на природния капитал, които се включват в тази детерминанта, обхващат природните ресурси, функции и екосистеми, които са незаменими и с висока стойност, определена от значението им за екологичната устойчивост или жизнеността на средата. Те трябва да бъдат съхранени, да бъдат използвани ограничено, по възможност дори минимално, или да се запазят непроменени в рамките на урбанизираните зони и да не се заменят по никакъв начин със създаден от човека капитал. Критериите, по които се определят тези елементи, се извеждат от принципите за екологично устойчиво развитие, опазване на качеството на жизнената среда в туристическата дестинация и балансиране на интересите на всички ключови обществени групи в нея.

Социалните ценности и блага – другите елементи на ключовата детерминанта, са традиции, културно-исторически паметници и ценности, традиционни занаяти и икономически дейности, етнически и религиозни обичаи, житейски опит, институции и социални системи. Те са уникални, с високо значение за социалната устойчивост на средата и за съхранение на незаменимия природен капитал в туристическата дестинация. Критериите, по които се определят тези елементи са принципите за социално устойчиво развитие, повишаване качеството на живот в туристическата дестинация и балансиране на интересите на всички ключови обществени групи в нея.

Елементите на общия капитал на туризма, съставляващи ключовата детерминанта, са природни ресурси, функции и екосистеми, социални ценности и материални стойности, които имат съществено значение за благосъстоянието, създавано от туризма, и висока стойност, защото съставят “незаменимия” капитал на туристическата дестинация. Това е капиталът, който осигурява запазване на пазарни позиции на туристическата дестинация и най-малко едно и също равнище на приходи от туризма. Критериите за определяне на тези елементи са: принципите за икономическо устойчиво развитие, запазеното качество на туристическия продукт и

балансът на интересите на всички ключови участници по веригата за създаване, предлагане и потребление на туристическия продукт.

Въпреки че природните ресурси и функции, социалните ценности и блага не съществуват само за целите на туризма и свързаните с него икономически дейности, обхватът на изследваните елементи на природния и социалния капитал може да бъде ограничен до тези, които са пряко използвани от отрасъла в туристическата дестинация и евентуално косвено са повлияни от туристическата дейност. Положителното в случая е, че вниманието се концентрира върху тези елементи, които са най-застрашени от унищожаване и разрушение.

Ключовата детермината е специфичен за туристическата дестинация механизъм за дефиниране на незаменимия капитал и неговата стойност, защото:

1. Елементите на природния капитал, подложени на въздействието на туризма, се оценяват първо по тяхната “първична стойност”, а не по-директната, икономическа полза (за туризма). Тази първична стойност, наричана още “вътрешноприсъща”, т.е. стойност, независима от човешката оценка, правото на биологичните организми и елементите на природата да съществуват и ползата им за останалите, изразява значението на природни ресурси, функции и екосистеми за други такива от природната среда и за нейните процеси. Елементите на природния капитал с висока първична стойност са изключително **съществени за жизнеността на средата**. Тяхното наличие и запазване предпазва от “екологична оскъдност” и негативни “екологични външни ефекти”. В първия случай това означава да не се допуска отсъствие на природни ресурси и функции, важни за човека и за всички организми, а във втория да се предотвратят отрицателни влияния върху други екосистеми и процеси, индиректно свързани с високостойностните елементи. Същевременно стойността на елементите на природния капитал се оценява и от гледна точка на “ползата от съществуването им в бъдеще”⁵ или правото следващите поколения да ги наследят.
2. Елементите социални ценности и блага, които са подложени на въздействието на туризма, се оценяват от гледна точка на значението им за общественения живот на всички социални групи и за културно-историческото наследство, което ще придобият следващите поколения. Социалните ценности и блага обаче се оценяват и по приноса им за жизнеността на средата или тяхното приоритетно значение за запазване на високостойностните природни компоненти. Целта е да се потърси симбиозата между природните и социалните елементи, защото съществуването на двата вида е взаимопределящо. В този смисъл запазването и поддържането на социалните ценности обуславя съхранението на природните ресурси и функции и обратното.

⁵ Turner, R. K. & I.J. Bateman. The Contingent Valuation Method; “Стойност на наследството” – изгодата от правото на следващите поколения да наследят настоящия природен капитал.

3. Елементите на общия капитал на туризма, които съставят ключовата детерминанта, се оценяват по тяхната директна, икономическа полезност, както и от гледна точка на участието им във високосназначими компетенции за конкурентоспособност.⁶ Запазването на най-значимите в този аспект елементи гарантира съхранение на стойността на капитала за туризма. Високостойностни са и тези ресурси, функции, ценности и блага, които принадлежат на стратегическите бизнес-зони на туристическата дестинация. Всяка туристическа дестинация има “спектр от възможности” – характеристики и потенциал, за развитие на различни видове туризъм. Съответно всеки набор от условия отговаря на мотиви, желания и интереси на различни групи от туристи и посетители. Стратегическите бизнес-зони (СБЗ) са тези сфери, които са най-важни от гледна точка на възможностите на дестинацията да удовлетворява потребностите и очакванията на туристите, по начин, който ѝ осигурява устойчиво туристическо търсене, лоялни посетители, имидж и висока доходност. СБЗ гарантират стратегическото развитие на дестинацията, което означава да се защитят интересите на днешното и бъдещото поколение, независимо дали са представители на туристически фирми, на местното население, на органите на властта, на неправителствените организации от сферата на културата, изкуството и спорта или на туристите. Те, както и тяхното непосредствено потомство, ще печелят директно или косвено от туризма и ще придобиват най-малкото сходно благосъстояние от отрасъла.

В определени случаи може да не съществуват явни и научно-обосновани доказателства за евентуални неблагоприятни последици за благосъстоянието или жизнеността на средата поради експлоатацията и съответно разрушението на природни елементи и социални ценности и блага. Тези от тях обаче които са автентични, естествено запазени и уникални, могат да бъдат оценявани високо поради факта, че гарантират избор⁷ – потенциална възможност на хората да се възползват от тях, независимо дали ще предприемат това, или не. Запазването на определени елементи на природната среда и социални ценности и блага може да не произтича само от тяхната висока значимост за жизнените условия или от икономическата им

⁶ Ключови компетенции за конкурентоспособност са ресурси и ценности и свързаните с тях знания и умения, характеристики, които са отличителни за дестинацията, участват в създаването на стойност за клиента, която е с висока ценност и атрактивна за него, трудна е за имитиране или дори невъзможно от страна конкурента (вж. Bieger, T., H. Pechlaner, K. Weiermair, C. Laesser (по Krogh/Venzin, 1995)).

⁷ Общата стойност на природните ресурси и фактори е сумарна – от директна и индиректна полезност от използването им, от стойността на избора – изгодата от избора за достъп до ресурси и фактори, независимо дали ще бъде направено, стойността на съществуването – стойността на удоволствието и удовлетворението, че определени природни ресурси, обекти, фактори съществуват и не са унищожени или повредени, дори и да не са изяви намерения за тяхното ползване, от стойността на наследството и от първичната стойност (вж. Turner, R. K. & I. J. Bateman. The Contingent Valuation Method).

полезност, а и от техния “вътрешноприсъщ смисъл” и право на съществуване.⁸

Следователно чрез механизма ключова детерминанта за устойчиво развитие на туристическа дестинация може да се определи и управлява експлоатацията на незаменимия (критичен) капитал, който е от голямо значение за и гарантира:

- жизнеността на природната среда;
- устойчивостта на социалната среда;
- настоящото и бъдещото благосъстояние на хората.

2. Елементи на ключовата детерминанта

2.1. Определяне на природните ресурси и функции

Критерии за определяне на елементите на ключовата детерминанта

Критериите за определяне на природните елементи на ключовата детерминанта се извеждат от принципа за запазване и усъвършенстване качеството на околната среда в туристическата дестинация и принципите на екологична устойчивост. Съгласно тези принципи се дефинират незаменимите елементи на природния капитал – природните ресурси, функции и екосистеми, имащи ключово значение за поддържане жизнеността на средата в краткосрочен и дългосрочен аспект.

При положение, че бъдат свръхексплоатирани (в случая от туризма) незаменимите елементи на природния капитал, ще се намали устойчивостта на жизнената среда на локално равнище и ще се влошат нейните функции в кратко- и дългосрочен период, ще се допринесе за негативни изменения в екологичните условия и животоподдържащите процеси в по-широк териториален обхват. Същевременно е възможно определени природни ресурси, функции и екосистеми да бъдат безвъзвратно унищожени, без да са използвани много интензивно или подложени на големи въздействия от страна на човека, т.е. само при минимални влияния.

Понижението на жизнеността на местната среда означава да се предизвикат физиологични промени и такива с негативен социален и психологичен ефект както за местното население, така и за туристите. Всички те ще бъдат лишени от възможността за рекреация (предимно физическа), за възстановяване на жизнените сили и за поддържане на висок жизнен дух. Отрицателните последствия биха могли да бъдат заболявания, дискомфорт поради изменение на климатичните особености и рекреативно-лечебната стойност на ресурсите, окончателна загуба на естествения облик на ландшафта. Следователно трябва да се определят тези ресурси, функции и екосистеми, чието съхранение и ограничено, дори прекратено използване, ще осигурят нормални жизнени условия и ще гарантират най-малко запазване на качеството на средата в туристическата дестинация. Критериите за оценка на природните компоненти – елементи на ключовата детерминанта, са:

- невъзобновимост на екологични и социални компоненти с жизнено значение – природни ресурси и фактори и елементи на социо-

⁸ Според Daly и Stabler “вътрешноприсъща” стойност е независима от човешката оценка, правото на елементите на природата да съществуват и ползата им за останалите.

културно богатство, които, ако се експлоатират от туризма, от свързани с отрасъла или други дейности, ще бъдат безвъзвратно и окончателно унищожени;

- устойчивост и стабилност на жизнената среда, т.е. запазване функционирането и устойчивостта на екосистеми, от които зависят жизненозначимите ресурси и функции;
- висока степен на "чувствителност" или "крежкост" на екосистеми или природни компоненти, т.е. такива с нисък екологичен праг. Това се отнася до тези случаи, в които надхвърлянето на твърде малки стойности на параметрите води до неблагоприятни последици, разрушаване на устойчивостта на екосистемата или унищожение на важни биологични ресурси;
- уникалност и неповторимост на екологични елементи и функции – отличителни, единствени по рода си ландшафт, природни ресурси и др., които са с голямо значение за местното население, нацията, човечеството.

Оценка на елементите на природния капитал, съставлящи ключовата детерминанта

Оценката на природните елементи, които ще съставят ключовата детерминанта, може да бъде направена съгласно изведените критерии (вж. табл. 2).

Таблица 2

Оценка на елементите на природния капитал

Критерии за оценка елементите на природния капитал	Оценка		
	1 – ниска	2 – средна	3 – висока
1. Степен на необратимост на промени			
2. Първична стойност – степен на значимост за екосистема /и/ и функции на природа			
3. Степен на чувствителност – степен на промяна при въздействие			
4. Степен на уникалност и значимост за местния ландшафт			
Обща средна оценка за оценявания елемент:			

Елементите, които получават най-висока оценка, се определят като високостойностни и като елементи на незаменимия природен капитал.

2.2. Определяне на социалните ценности и блага

Критерии за определяне на елементите на ключовата детерминанта

Критериите за определяне на елементите на социалния капитал, съставлящи ключовата детерминанта, се извеждат от принципа за удовлетворение на интересите на всички ключови обществени групи в туристическата дестинация, за запазване и повишаване качеството на живот и от принципите за социално устойчиво развитие. Съгласно тези принципи се дефинират незаменимите социални ценности и блага, които имат ключово значение за устойчивостта на социалната среда – благоприятна обществена среда за всички социални групи и поколения.

Унищожаването на определени социални ценности и блага може да има отрицателни последици за устойчивостта на социалното обкръжение, което се изразява в загуба на възможност за рекреация и естетическа наслада поради разрушаване на естествения и автентичен облик, на социалния мир и атмосферата на средата в туристическата дестинация, на чувството за идентичност. Тези негативни ефекти означават лишаване на туристите и местните жители от правото да използват и да се наслаждават на определени духовни и материални блага, създадени от човека.

Определени елементи на социалния капитал гарантират запазване на качеството на живот в туристическата дестинация. Тези социални ценности и блага допринасят за опазване на природната среда. По-точно, те са тясно обвързани с нея, защото без природните ресурси, функции и тяхната неизменна стойност те не биха могли да съществуват. Определени духовни и материални ценности са ключови за удовлетворение на хората от начина на живот и от мястото, където живеят. Редица традиции, познания, произведения на културата и изкуството и други творения на човека са сами по-себе си неповторими, невъзстановими и играят съществена роля за запазване на културно-историческото богатство, което могат да наследят следващите поколения. Критериите за оценка на елементите на социалния капитал, съставляващи ключовата детерминанта, са:

- запазване на възможност за рекреация и естетическа удовлетвореност от културно-исторически паметници, архитектурен и естествен облик на средата и атмосфера в туристическата дестинация;
- роля за опазване и защита на незаменимите елементи на природния капитал;
- роля за съхранение на чувството за идентичност и гордост;
- значение за запазване на културно-историческото – материално и духовно, богатство за бъдещите поколения.

Оценка на елементи на социалния капитал съставляващи ключовата детерминанта

Оценката на елементите на социалния капитал, които ще съставят ключовата детерминанта може да бъде направена съгласно изведените критерии (вж. табл. 3).

Таблица 3

Оценка на елементите на социалния капитал

Критерии за оценка на елементи на социален капитал	Оценка		
	1 – ниска	2 – средна	3 – висока
1. Степен на значение за рекреацията и естетическата наслада на туристи/местно население			
2. Степен на принос за жизнеността на природната среда			
3. Степен на принос за качествена социална среда			
4. Степен на принос за качество на живот на бъдещите поколения			
Обща средна оценка за оценявания елемент:			

Елементите, които получават най-висока оценка, ще бъдат определяни като високостойностни и елементи на незаменимия социален капитал.

2.3. Определяне на елементите на общия капитал на туризма

Критерии за определяне на елементите на ключовата детерминанта

Критериите за определяне на елементите на общия капитал на туризма, които съставят ключовата детерминанта, се извеждат от принципа за запазване и повишаване качеството на туристическия продукт – преживявания, услуги, инфраструктура и принципите на икономическа устойчивост. Съгласно тях се дефинират незаменимите компоненти на общия капитал на туризма – природните ресурси, функции и екосистеми, социални ценности и блага (в т.ч. материални, създадени от човека), имащи ключово значение за равнището на благосъстоянието и възможностите на бъдещите поколения най-малко да го запазят.

Експлоатацията от туристическата дейност на природни и социални компоненти, особено незаменимите, водеща до тяхното унищожение и без адекватни мерки за тяхната защита, означава бъдещите поколения да се обременят с разходи поради последствия от влошаване на средата и намалена икономическа ефективност. В резултат от това настъпва спад на жизнения стандарт.

Съществуват случаи, в които е невъзможно да се замени елемент на природния капитал или на социо-културното богатство. Дори и да бъде реално заменен, във всеки от двата варианта се намалява новосъздаваната стойност и достигнато равнище на благосъстояние. Следователно трябва да се определят природни и социални компоненти с висока директна стойност, които са неподлежащи на “амортизиране” независимо от калкулиране на разходи по защита и възстановяване. Те са ключови за предотвратяване на отрицателните последствия за социално-икономическа дейност – производство и потребление, и за запазването на стойността на капитала и благосъстоянието.

Елементите на общия капитал, които съставят ключовата детерминанта, са компетенции за конкурентоспособност. Те са съществени за запазване на стойността на общия капитал на туризма в туристическата дестинация. Това са ресурси, условия и ценности, които (предимно в техния автентичен вид) са изиграли важна роля за “излизане” на туристическата дестинация на пазара, за привличане на туристите, за отвоюване на позиции спрямо конкурентите и са допринесли за нейната атрактивност.

Компетенциите за конкурентоспособност са “притежавани” от туристическата дестинация ресурси и “способности/умения”, които са високозначими за клиентите, отличителни спрямо конкурентите и могат да бъдат конкурентни предимства, трудни за имитиране и осигуряващи достъп до множество пазари. Ключовите компетенции във функционален аспект се разглеждат преди всичко като единство, възникващо от взаимодействието на ресурси, технологии, способности, което осигурява създаването на високо ценена и значима за клиента стойност и неговата удовлетвореност. Следователно не е достатъчно да съществуват природни ресурси и социални ценности, които могат да се смятат за уникални и трудни за имитиране, за ценени и привлекателни за клиентите. За да се превърнат в източник на стабилна конкурентоспособност и по-добра конкурентна позиция, те трябва да са оригинални спрямо конкурентите и да се комбинират и използват така,

че да създават високозначима за клиента стойност. Така отличителните елементи на общия капитал на туризма могат да се използват като компетенции за конкурентоспособност само ако служат като конкурентно предимство и са атрактивни за туристите, т.е. не е достатъчно да са уникални сами по себе си. Същевременно те трябва да участват в създаване на стойност, високо ценена от клиентите, представители на даден пазарен сегмент или стратегическа бизнес-зона (СБЗ).

Елементи на ключовата детерминанта са и тези елементи на общия капитал, които участват в СБЗ. По този начин се гарантира най-малко запазване на създаваното от туризма благосъстояние. СБЗ са важни сфери за развитие на туризма в дестинацията съгласно групите туристи, които ще обслужва, и туристическите продукти и възможности за рекреация и туризъм, които ще бъдат предлагани, за да се удовлетворят мотивите и желанията на посетителите и съответно да се получават приходи. За да се гарантира обаче запазването и защитата на природните и социалните елементи, СБЗ трябва да бъдат определяни чрез методики като "Спектър за рекреационни възможности" и "Граници за допустимите промени", подходящи за управление на туристическата дестинация в устойчив аспект. Тези методики предлагат:

- определяне на спектъра от възможности на туристическата дестинация за рекреация и туризъм съгласно търсенето – мотиви, предпочитания, желания на настоящи и потенциални пътуващи, посетители, туристи;
- определяне на спектъра от възможности за рекреация и туризъм съгласно реалните условия в туристическата дестинация – достъпност, инфраструктура, туристически ресурси и ключови компетенции за конкурентоспособност;
- дефиниране на алтернативи за локализация на различните възможности за рекреация и туризъм съгласно мнението на местното население и на туристите.

Високозначими за създаваното благосъстояние елементи на общия капитал на туризма са тези, които директно участват в "привлекателността" на СБЗ, оценена съгласно потенциала за продажби и доходността. Те се определят в зависимост от очакванията за ръста на приходите и на броя на туристите, намалението на разходите, на наличието на бариери за навлизане, степента на конкуренция, на динамичността в потребителското поведение, както и на предполагаемите ограничения за използване на ресурси и ценности и вероятността от тяхното унищожение и отрицателен ефект върху рентабилността на туристическата дейност.

С голямо значение са и тези елементи, чрез които СБЗ осигурява значителен индиректен принос за икономиката и мултиплициращ ефект. Това са бизнес-зоните, които индуцират приходи в други отрасли и сфери, повишават доходите на населението и съответно чрез потреблението допринасят за развитието на други сфери на икономиката и обществото. По този начин се съдейства за развитието на местната икономика и повишаване (или най-малкото запазване) на стандарта на живот на местното население в туристическата дестинация.

2.3.2. Оценка на елементите на общия капитал на туризма съставлящи ключовата детерминанта

Оценката на тези елементи може да бъде направена след оценяване съгласно изведените критерии (вж. табл. 4).

Таблица 4

Оценка на елементи на общия капитал на туризма

Критерии за оценка на елементи на общия капитал на туризма	Оценка		
	1 – ниска	2 – средна	3 – висока
1. Степен на отличителност спрямо конкурентите			
2. Степен на значимост/участие в създаване на стойност, високо ценена и желана от клиентите в СБЗ			
3. Степен на директно участие в "привлекателността" на СБЗ			
4. Степен на участие в СБЗ с високо индиректно значение или степен на участие в индиректното значение на СБЗ			
Обща средна оценка за оценявания елемент:			

Степента на директно участие в "привлекателността" на СБЗ се определя от:

- директното участие в създаване на доходи и продажби;
- привличането на туристи;
- повишаването на приходите от турист/продукт;
- намаляването на разходите (ако е възможно).

Степента на участие в индиректното значение на СБЗ се определя от:

- индиректното участие в създаване на доходи и продажби;
- повишаването на доходите на местното население и бизнес;
- запазването или повишаването стандарта на живот

Елементите, които съставят ключовата детерминанта за устойчиво развитие на туристическата дестинация, са обобщени и представени на фигурата. Елементите на природния и социалния капитал са тези, които са ключови съответно за жизнеността на природната среда и устойчивостта на социалната среда. Всички те или част от тях могат да съставят общия капитал на туризма и съответно да участват в компетенциите за конкурентоспособност и СБЗ. Тогава съхраняването, превантивното опазване и защита на тези елементи има двойно значение. Възможно е да не бъдат част от общия капитал на туризма, но те са подложени на въздействието му. Същевременно те съставят капитала, гарантиращ общото благосъстояние на местните жители и жизнеността на средата, което индиректно влияе върху ефективността на туризма. Следователно ключовата детерминанта се състои от взаимнообвързани елементи, чиито експлоатация, защита и съхранение изисква да се прилагат интегративни инструменти и подходи.

Фигура

Ключова детерминанта за устойчиво развитие на туристическа дестинация – елементи и критерии за тяхното определяне



На фигурата са показани критериите, по които се определят елементите. Този процес включва два етапа: оценка и избор на конкретните ресурси, ценности и блага, които ще съставят ключовата детерминанта. Оценяването на елементите на природния, социалния и общия капитал, използван от туризма, се осъществява чрез разгледаните критерии и методи. За да бъде направен изборът в дадена туристическа дестинация, са

необходими:

- изследване на експертни оценки, както и тези на местните жители, туристическия бизнес и туристите, за стойността на природните ресурси и социалните ценности и за приемливите промени в тях;
- използване на експертна или научна прогноза за приходите от туризма и броя туристи, за промяната на пазарните сегменти в национален и международен аспект;
- определяне на тежестта на различните оценки в общата за всеки от елементите като резултат от дискусия и демократично решение от страна на всички ключови обществени групи.

3. Ключовата детерминанта като механизъм за устойчиво развитие на туристическата дестинация

Ключовата детерминанта за устойчиво развитие е механизъм за стратегическо, подчинено на принципите на устойчиво развитие, управление на туристическата дестинация. Като такава тя има приложение при разработване на пазарни стратегии за туристическата дестинация, раздели от регионални/териториално-устройствени планове, инструменти за екологична политика и показатели за отчитане приноса на туризма за качеството на живот.

Пазарните стратегии са подходи към равномерна или плавна промяна на структурата на туристическия продукт и туризма. Това се обуславя от спазването на стандарти за съхранение на природните елементи и социалните ценности, съставляващи ключовата детерминанта, и съблюдаване на изискванията за защита на конкурентоспособността и атрактивността на туристическата дестинация.

Регионалните планове включват инициативи за привличане на туристи, реализиране на туристически дейности и активности, свързани със свободното време, които също отговарят на посочените изисквания.

Инструментите и подходите за екологична политика превантивно трябва да защитават природните ресурси и функции, социалните ценности и съответно свързаните с тях институции, които са елементи на незаменимия капитал или на ключовите детерминанти.

Показателите за отчитане на приноса на туризма за качеството на живот трябва да се разработват така, че да сигнализират при надвишване на максимално допустими стойности или на пределни граници на промяна при използване на елементите на ключовите детерминанти – ресурси, ценности, компетенции и показатели за атрактивност на дестинацията.

Ключовата детерминанта може да се използва за туристическа дестинация, чието управление се подчинява предимно на концепцията за "слабата устойчивост".⁹ Съгласно тази концепция се допуска експлоатация на природни елементи и социални ценности за целите на туризма и замяната им

⁹ Силната устойчивост означава запазване не само на общия капитал, а и на целия природен капитал, т.е. не се допуска замяна на компоненти на природния капитал с такива от създадения от човека. Съгласно направленията "екологична икономика".... силната устойчивост се третира като запазване не само на природния капитал, а и потока от ресурси, т.е. поставяне на екологични граници на икономическото развитие (вж. Turner, K. R., D. W. Pearce, H. Daly).

със създадени от човека. Изключение правят тези ресурси, функции, екосистеми и ценности, които са елементи на ключовите детерминанти. Този подход означава да не се допуска ограничаване на икономическата и социалната дейност. Строгото лимитиране, а дори и прекратяването на природоползването и експлоатацията на културно-историческото богатство за целите на туристическата дейност е трудно осъществимо в туристическа дестинация, където:

- туризмът е приоритетен отрасъл, основен източник на доходи и двигател за развитие на района;
- жизненият стандарт е нисък и благодарение на туризма могат да бъдат постигнати целите за повишаване на икономическото благосъстояние на населението и за осигуряване на условия за изграждане на гражданско общество – институционализиране на механизми за широко участие при вземането на решение.

Заклучение

Устойчивото развитие на туризма означава дългосрочно развитие на отрасъла при съхранение на природата и социо-културното богатство, необходимо за него и жизнеността на средата, постигане на социална справедливост и икономическа ефективност чрез удовлетворение на интересите на туристите, местното население, туристическия бизнес, местната власт и други преки и косвени участници. Приложимостта на идеята за хармонизиране на рентабилна туристическата дейност с опазването на околната среда и защита на желанията на всички ключови обществени групи може да бъде най-ефективно постигнато на равнище туристическа дестинация чрез прилагане на концепцията за устойчиво развитие на туристическата дестинация и на механизма на ключовата детерминанта за устойчиво развитие. Така по-успешно би могъл да се реши на локално равнище на проблемът за “разделянето” на туристическата дейност от унищожението на природния и социалния капитал, което намалява постигнатия стандарт на живот, възможността за рекреация и забавление както за туристите, така и за местните жители, бизнес и т.н. Чрез ключовата детерминанта за устойчиво развитие на туристическа дестинация като изразител на незаменимия капитал, обхващащ конкретни ресурси, ценности и свързаните с тях компетенции и фактори със значение за конкурентоспособността и атрактивността на дестинацията, тя може да привлича туристи и да удовлетворява местното население безконфликтно. Превантивното съхранение на елементите на ключовата детерминанта трябва да бъде ориентир за постигане на екологична, икономическа и социална устойчивост в развитието на туристическата дестинация.

Литература

1. Воденска, М. Икономически, социални и природни влияния на туризма. УИ, “Св.Климент Охридски”, 2001.
2. Манолов М., Янакиев В., Жейнов, К. Екология. ИУ – Варна, Университетско издателство, 1997.
3. Ракаджийска, Св. Концепция за устойчив туризъм и позициите на България на международните пазари. – Икономически известия, бр.4, ИУ – Варна, 1997.

4. Община Варна. Оценка на състоянието на околната среда на територията на град Варна", Геопонт Интерком ООД Варна, 1998.
5. Регионална инспекция по околната среда и водите – Варна, МОСВ, Доклад за състоянието на околната среда на Варненска и Добричка области през 2001 и 2002. МОСВ и МИ, Стратегия за екотуризъм в България, София, 2002.
7. Archer, B. & Cooper, Ch. The positive and negative impacts of tourism. – In: Global Tourism the next decade, Ed. by William F. Theobald, Butterworth-Heinemann Ltd. Oxford, 1994.
8. Bateman, Ian J. & Turner, R. Kerry. Valuation of Environment, Methods and Techniques: the contingent Valuation Methods. – In: Sustainable environmental Economics and Management – Principles and Practice, Ed. by R. Kerry Turner John Wiley & Sons, London, 1993.
9. Baumgartner. Ch. Tourismus und Nachhaltigkeit-International Freunde Konferenz der UN Kommission für Nachhaltige Entwicklung, NY, 1998.
10. Bieger, T. Management von Destination5, Auflage, Oldenbourg Verlag München & Wien, 2002.
11. Butler, R. Sustainable Tourism – looking backwards in order to progress. – In: Sustainable Tourism: a Geographical Perspective, 1998, in Hall, C. and Lew., Harlow: Addison Wesley Longman, Ch.3, pp 25-34.
12. Cooper, C. & S. Wanhill. Tourism Development – Environmental & Community Issues, John Wiley & Sons, London, 1993.
13. Cooper, C. The Environmental Consequences of Declining, John Wiley & Sons, London, 1993.
14. Daly, H. Beyond Growth – The Economics of Sustainable Development, Beacon Press, Boston, 1996.
15. Decleris, M. The law of Sustainable Development General Principles. A report produced for European Commission, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2000.
16. Goodall, B. & M. J. Stabler. Principles Influencing the Determination of Environmental standards for Sustainable Tourism. – In: Tourism Sustainability Principles and Practice, Ed. by M. J. Stabler, Cab International, London, 1997.
17. Frey, R. L., E. Staehelin-Witt & H. Blöchiger. Mit Ökonomie zur Ökologie. – In: Analyse und Lösungen aus ökonomischer Sicht", Schäffer Poesschel, Zuerich, 1993.
18. Kreibich, R., Nachhaltige Entwicklung, Leitbild für Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft, elz Verlag: Weinheim & Basel, 1996.
19. Hanly, N. & C. Spasch. Cost-Benefit Analysis and the Environment. Edward Elgar Publishing Limited, London, 1993.
20. Hartwick, J. M. National wealth, constant consumption and sustainable development, 1998; Pearce, D. W. & Atkinson. Measuring sustainable development, 1993.
21. Holden, A. Environment and Tourism, Prentice Hall, London, 2000.
22. Hunter, C. & H. Green. Tourism & the environment: A sustainable relationship?, Routledge London, 1995.
23. Hunter, P.A., H.L. Huges, I. W. Eastwood & A. A. Morrison. Practical Approaches to Sustainability: A Spanish Perspective. – In: Tourism Sustainability Principles and Practice, Ed. by M. J. Stabler, Cab International, London, 1997.
24. Inskeep, E. Tourism Planning – an integrated and sustainable development approach, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
25. Majer, H. Wirtschaftswachstum und nachhaltige Entwicklung, R.Olderbourg Verlag München Wien, 1998.
26. McCool, S., R. N. Molesley, P. N. Nickerson. Indicators system and items for assessing and monitoring the sustainable tourism policy, Island Press, 1999.
27. Meadows D. & D. Meadows, E. Zahn, P. Milling. Die Grenzen des Wachstum – Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit, Buchclub Ex Libris, Zuerich, 1972.
28. Mihalic, T. & C. Kaspar. Umweltökonomie im Tourismus, St.Galen, 2000.
29. Murphy, P. The destination product and its impact on traveler perceptions, Tourism Management, 2003.
30. Murphy, P. Tourism and Sustainable Development. – In: Global Tourism the next decade, Ed. by William F. Theobald, Butterworth Heinemann Ltd., Oxford, 1994.
31. Newsome, D., S. A. Moore & R. K. Dowling. Natural Area Tourism – Ecology, Impacts and Management, Channel View Publications, NY, 2002.

32. Pearce, D. W. Sustainable Development and Developing Country Economics. – In: Sustainable environmental Economics and Management – Principles and Practice, Ed. by R. K. Turner, J. Wiley & Sons, London, 1993.
33. Pearce, D. W. & E. Barbier. Blueprint for a Sustainable Economy, Earthscan Publications Ltd., London, 2000.
34. Pearce, D. W. & J.-P. Barde. Valuing the Environment – Six Case Studies, Earthscan Publications Ltd, London, 1995.
35. Pearce, D. W. & G. Atkinson. Measuring sustainable development. – In: Handbook of Environmental Economics, Ed. by Daniel W. Bromley, Oxford UK & Cambridge USA, 1995.
36. Pearce, D., G. Tourist Development, Second Edition, Longman Scientific & Technical, London, 1994.
37. Pechlaner, H., K. Weiermair, & C. Laesser. Tourismuspolitik und Destinationsmanagement. Neue Herausforderungen und Konzepte, Innsbruck, Destinationsmarketing – Möglichkeiten und Grenzen, 1998, Reports 48th Congress 1998, Marrakech, Morocco.
38. Shafer, C.; Bum Yong Ahn & Bong Koo Lee. Operationalizing sustainability in regional tourism planning: an application of the limits of acceptable change framework, Tourism Management 23, Elsevier Ltd., 2002.
39. Schulz, W. & E. Schulz. Onno Kuik, Huib Jansen and Johannes Opschoor, Baan; Ståle Navrud in "Valuing the Environment – Six Cases", ed. by Anil Markandya, Kerry R. Turner, David W. Pearce; Earthscan Publications Ltd, London, 1995.
40. Tietenberg, T. Environmental & Nature Resource Economics, Addison Wesley, NY, 1998.
41. Toman, M. A., J. Pezzey & J. Krautkraemer. Neoclassical Economic Growth Theory and Sustainability. – In: Sustainable environmental Economics and Management – Principles and Practice, Ed. by R. Kerry Turner, John Wiley & Sons, London, 1993.
42. Turner, R. K. Sustainability – Principles and Practice, John Wiley & Sons, London, 1993.
43. Weber, B. Nachhaltige Entwicklung & Weltwirtschaftsordnung – Probleme – Ursachen – Lösungen, Leske + Budrich, Opladen, 1998.
44. Wicke, L. Umweltökonomie – eine praxisorientierte Einführung, 4 Auflage, Verlag Franz Vahlen München GmbH, 1993.
45. Wouter van Dieren. Mit der Natur rechnen: Der neue Club of Rome Bericht, Verlag München & Wien, 2000.
46. AGENDA 21 – NACHHALTIGKEIT, EU, Diskussionspapier, 2001.
47. Agenda21, Chapter 28, UN, NY, 1993.
48. Agenda 21, the report of the Government of Bulgaria to the 5th and 7th Sessions of the United Nations Commission on Sustainable Development. Last Update: April 1999.
49. Green Globus 2000 – Global Environment Outlook 2000, UNEP's Millenium Report on the Environment, NY, 2000.
50. Communication from the Commission to the Council and the European Parliament on Integrated Coastal Zone Management: a Strategy for Europe (COM/2000/547), adopted 27 September, 2000.
51. Commission proposal for a European Parliament and Council Recommendation concerning the implementation of Integrated Coastal Zone Management in Europe (COM/2000/545), adopted 8 September, 2000.
52. Sustainable Urban Development in the European Union: A Framework For Action, Communication from the Commission To the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, 1998.
53. A European Strategy for Sustainable Development, © European Communities, 2002 Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2002, ISBN 92-894-1676-9.
54. Report of the United Nations Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro, 3-14 June 1992, vol. I, Resolutions Adopted by the Conference (United Nations publication, Sales No. E.93.I.8 and corrigendum), resolution 1, annex II.
55. UNEP Principles on Implementation of Sustainable Tourism, NY, 1999.
56. WCED (World Commission On Environment And Development). Our Common Future, Oxford/New York: Oxford University Press, 1987.
57. WTO. A practical guide for the development and application of indicators of sustainable tourism, Projekt N 570-0872, September 1995
58. WTO. Global Code of Ethics for Tourism", www.wttc.org, 2001.
59. WTO. Sustainable Development of Tourism A compilation of good practice, 2000, Policy Report (Prepared by WTO for the UN Division of Sustainable Development), www.wttc.org, May 2001.

SUMMARIES

Yordan Bl. Radkov

STRATEGIC PRIORITIES FOR TRANSPORT DEVELOPMENT IN ECONOMIC GROWTH AND INTEGRATION IN THE COMMON TRANSPORT SYSTEM OF EUROPE

The state analysis and the outlined main strategic priorities for development have important significance for overcoming the crisis in the transport industry. This task is coordinated with the tendencies towards dynamic development of the national economy and the European transport policy. The main concept in priorities development is the confirmed position that the transport is a structure determining industry with extremely important social function and role for the development of the whole economy. The transport development has a determining significance also for successful integration of Bulgaria to the common European economic, infrastructural, market and social environment. The objective integration processes impose the necessity for technological, organizational and economic compatibility of the national transport with the European transport structures. The main strategic priorities are developed based on a study in the following directions: economic and production-technological specifics of the transport as a factor for accelerated development and international integration; main directions of the European transport policy and necessity for coordination of the strategy for transport development in Bulgaria with the European standards; state, priorities and main factors for development of transport and transport infrastructure. The strategic tasks are concretization of the strategic tasks by types of transport and common transport processes.

The state analysis and the outlined priorities for transport development are basis for further research studies and effective management decision making at all levels. Thus an accelerated development of the transport can be guaranteed as well as opportunities for it to correspond to the increasing needs of transport services.

JEL: L91, F15

Iavor Marangozov

FROM PRACTICE TO THEORY OF THE INTERNATIONAL JOINT VENTURES

The present study identifies and analyzes, critically evaluating, the contributions and shortcomings of the following theories, approaches and models, which are attempting to explain *post factum* the creation of international joint ventures in the practice: transaction costs theory and its derivative – internalization theory and eclectic theory of international production; strategic management theory; resource dependence theory; knowledge based and learning approach; Uppsala internationalization model; and the Auster's model of the relationship between the alternative forms of foreign investment and the life cycle of the industries in which these forms are realized.

From the endeavor to put order in the caused by the lack of a general theory of the international joint ventures chaos of predominant normative ideas, unsatisfactory defined concepts and relationships between them, as well as the existing "aggregation problem", the study draws the conclusion that the analyzed 8 theories, approaches and models, are not developed to the state, in which they can be applied unreservedly in the research of the international joint ventures.

However, the study ends with a suggestion to the future researchers to use systems theory as a coordinating and multidisciplinary framework for research of the international joint ventures, because of the systems theory's principle of isomorphism, which allows the used

concepts in a given scientific field to be transferred to another perceived as a system scientific field for its most realistic explanation.

JEL: L24; F23; M21; B52; B59

Svetoslava Kovacheva

INCREASING ROLE OF THE CORPORATE IMAGE FOR INSURING CORPORATE ADVANTAGE IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

The development of each business – larger or smaller – today is becoming more dependent on its public communications' level and character. Public communication is changing from indicator of perfect corporate management to a non-material company's resource. Winning the trust of all interested parts, this resource becomes fundamental for company's success. That is because the most important part of the modern communication company's strategy is the creation of its corporate image.

JEL: L21, L29, M30

Raina Tzaneva

FINANCING SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN BULGARIA FROM THE EUROPEAN UNION PRE-ACCESSION FUNDS

A central aspect of the economic and political life in Bulgaria before the EU accession is the development of an active and competitive private sector. Small and medium-sized business contributes to accelerating economic development, employment, improving the competitive environment, promoting private initiative, etc. A considerable part of small and medium-sized enterprises (SME) in Bulgaria do not meet requirements concerning competitiveness on European markets. Possibilities to launch new techniques and technologies, access to foreign financing, export orientation, state stimuli, etc. play a major role for removing above shortcomings.

The object of the study is the small and medium-sized enterprises in Bulgaria (excluding agricultural).

The subject of the study is SME external financing in Bulgaria, incl. through instruments for financial support from EU pre-accession funds as an additional source of capital. Conclusions are made about possibilities for efficient financing of enterprises through EU pre-accession funds and improving the absorption of funds.

JEL: F36, G21, M21

Penka Shishmanova

INTERNATIONALIZATION OF THE R&D ACTIVITY – ORGANIZATIONAL FORMS AND CONCEPTS

This study pays attention to the principally new role of the service sector in contemporary economies and its strategic importance for the restructuring of national economies. First, the nature of the new postindustrial model of social development is revealed, the service sector being its basic characteristic. Then, the key factors for the development of the service sector in Bulgaria are identified and the evolution of its concept and significance is followed. The study also lays a stress on the transforming influence of the service sector both through its own development and through its influence upon the national economy as a whole. An analysis is given to the basic economic variables, such as investments, employment and gross added value and the positive effects which the service sector creates for other service of the economy and its overall development. Bearing in mind these facts and global economic trends and expertise, a conclusion is drawn that the successful economic

development of each country depends strongly on a well-organized and efficient service sector.

JEL: L80, O11, O14

Genka Rafailova

KEY DETERMINANT FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATION

The sustainable development of the tourist destination is necessary for presenting a solution for preventing and eliminating the negative consequences from the accelerated development of the tourism, as well as for keeping or increasing the competitiveness and attractiveness of the destination. The objective of this study is to present a specific mechanism, which will be applied in the management of the tourist destination for the needs of its sustainable development. It is developed on the basis of the common principles for sustainability and their performance concerning the tourism and a specific tourist region. The key determinant for sustainable development of tourist destination is an expression of the irreplaceable capital, which include concrete resources, values and connected with them competencies and factors, with significance for the competitiveness and attractiveness of the destination. The presented specific mechanism of the key determinant suggests directions for solving one of the significant problems today, namely separating the development of the tourism from the degrading exploitation of natural and social capital without leaving the local population and tourist without good life style and opportunities for recreation, but also without leaving the future generations without access to natural resources and social values. To achieve this objective two main research tasks are solved:

- Outlining principles of sustainable development of the tourist destination
- Defining the key determinant for sustainable development of the tourist destination.

JEL: O20