



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ
„НЕОФИТ РИЛСКИ“

Стопански факултет

SOUTH-WEST UNIVERSITY
„NEOFIT RILSKI“

Faculty of Economics



45 ГОДИНИ
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ
„НЕОФИТ РИЛСКИ“
(1976-2021)

30 ГОДИНИ
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
(1991-2021)

„ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД СЪВРЕМЕННАТА ИКОНОМИЧЕСКА НАУКА – УСТОЙЧИВОСТ И ДИГИТАЛИЗАЦИЯ“

СБОРНИК С НАУЧНИ ДОКЛАДИ
ОТ ЮБИЛЕЙНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ
21 ноември 2021 г.



**„ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
ПРЕД СЪВРЕМЕННАТА
ИКОНОМИЧЕСКА НАУКА –
УСТОЙЧИВОСТ И ДИГИТАЛИЗАЦИЯ“**

**СБОРНИК С НАУЧНИ ДОКЛАДИ
ОТ ЮБИЛЕЙНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ**

12 ноември 2021 г.

Сборникът съдържа доклади, представени на Юбилейната научна конференция на Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград на тема „Предизвикателства пред съвременната икономическа наука – устойчивост и дигитализация“.

Всеки автор, включен в настоящия сборник, носи пълна отговорност за оригиналността на неговия доклад, достоверността на използваната фактология, техническото оформление, както и за илюстративните материали и за грешките допуснати по негова вина.

Под редакцията на:

Проф. д-р Преслав Димитров

Проф. д-р Светла Бонева

Проф. д-р Мария Станкова

Доц. д-р Еленита Великова

Университетско издателство

“Неофит Рилски” – Благоевград, 2022 г.

ISBN 978-954-00-0307-8

**„ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
ПРЕД СЪВРЕМЕННАТА
ИКОНОМИЧЕСКА НАУКА –
УСТОЙЧИВОСТ И ДИГИТАЛИЗАЦИЯ“**

**СБОРНИК С НАУЧНИ ДОКЛАДИ
ОТ ЮБИЛЕЙНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ**

**Организирана
по повод 30 години от създаването на Стопанския факултет
при Югозападен университет „Неофит Рилски“ – Благоевград**

**и по повод 45 годишнината от основаването
на Югозападен Университет "Неофит Рилски" – Благоевград**

**12 ноември 2021 г.
Благоевград, България**



ПРОГРАМЕН СЪВЕТ

Проф. д-р Преслав Димитров – Председател на Програмния съвет, Декан на Стопанския факултет и Ръководител на катедра „Туризм“ при ЮЗУ „Н. Рилски“-Благоевград

Доц. д-р Вяра Кюрова, - Заместник декан на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“-Благоевград

Проф. д-р Мария Станкова – Заместник декан на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Доц. д-р Владимир Ценков – Научен секретар на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Проф. д-р Мария Кичева-Кирова – Ръководител на катедра „Икономика“ при Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“-Благоевград

Проф. д-р Милена Филипова – Ръководител на катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“-Благоевград

Доц. д-р Елена Ставрова – Ръководител на катедра „Финанси и отчетност“ при Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“-Благоевград

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Проф. д-р Преслав Димитров – Декан на Стопанския факултет и Ръководител на катедра „Туризм“ при ЮЗУ „Н. Рилски“-Благоевград

Проф. д-р Мария Станкова – Заместник-Декан на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“- Благоевград

Доц. д-р Елена Ставрова – Ръководител на катедра „Финанси и отчетност“, Стопански факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“-Благоевград

Гл. ас. д-р Динка Златева – Катедра „Мениджмънт и маркетинг“, Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

Гл. ас. д-р Руска Божкова – Катедра „Туризм“, Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

Гл. ас. д-р Ирина Атанасова – Катедра „Икономика“, Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

Ас. д-р Калина Дурова – Катедра „Финанси и отчетност“, Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

ОРГАНИЗАЦИОННИ СЪТРУДНИЦИ

Миглена Василева – Секретар на Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

Милена Донина – Секретар-катедри

Наташа Боянова – Секретар-катедри

Лъчезар Гогов – Технически сътрудник

ПРОГРАМЕН СЪВЕТ

Проф. д-р Преслав Димитров – Председател на Програмния съвет, Декан на Стопанския факултет и Ръководител на катедра „Туризм“ при ЮЗУ „Н. Рилски“ - Благоевград

Доц. д-р Вяра Кюрова, – Заместник декан на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Проф. д-р Мария Станкова – Заместник декан на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Доц. д-р Владимир Ценков – Научен секретар на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Проф. д-р Мария Кичева-Кирова – Ръководител на катедра „Икономика“ при Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Проф. д-р Милена Филипова – Ръководител на катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Доц. д-р Елена Ставрова – Ръководител на катедра „Финанси и отчетност“ при Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Проф. д-р Преслав Димитров – Декан на Стопанския факултет и Ръководител на катедра „Туризм“ при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Проф. д-р Мария Станкова – Заместник-Декан на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ - Благоевград

Доц. д-р Елена Ставрова – Ръководител на катедра „Финанси и отчетност“, Стопански факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ -Благоевград

Гл. ас. д-р Динка Златева – Катедра „Мениджмънт и маркетинг“, Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

Гл. ас. д-р Руска Божкова – Катедра „Туризм“, Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

Гл. ас. д-р Ирина Атанасова – Катедра „Икономика“, Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

Ас. д-р Калина Дурова – Катедра „Финанси и отчетност“, Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

ОРГАНИЗАЦИОННИ СЪТРУДНИЦИ

Миглена Василева – Секретар на Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград

Милена Донина – Секретар-катедри

Наташа Боянова – Секретар-катедри

Лъчезар Гогов – Технически сътрудник

Скъпи колеги и приятели,

Сборникът, който разлиствате носи заглавието „Предизвикателства пред съвременната икономическа наука – устойчивост и дигитализация“ и е резултат от проведената на 12 ноември 2021 г. Юбилейна научна конференция „Предизвикателства пред съвременната икономическа наука – устойчивост и дигитализация“. С нея бе отбелязан 30 годишния юбилей на Стопанския факултет и 45 годишнината от основаването на Югозападен Университет "Неофит Рилски".

В сборника са включени разработки на български и чуждестранни изследователи. Участниците от страната са от водещи университети като Софийския университет „Св. Климент Охридски“, УНСС-София, Стопанска Академия „Димитър А. Ценов“ - Свищов“, Икономически университет – Варна, Лесотехнически университет – София, Нов Български университет. Важна част сред тях се заема от преподаватели от Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“. Чуждестранните участници са от Русия, Турция, Албания и Канада.

В своето многообразие, изследванията са посветени на икономиката, управлението и дигиталните трансформации, устойчивото развитие и туризъм. Разглеждат се теми от областта на банковия сектор и COVID-кризата, детерминантите на приходите и спецификите в данъчната политика, въздействието на COVID-пандемията върху финансовите резултати на частното банкиране и управление на благосъстоянието, икономическия растеж и неравенство в условия на пандемия, капиталовата адекватност, дигиталната трансформация на бизнеса и ефектите от нея върху маркетинговите комуникации, специфични маркетингови проблеми и др. Специално внимание е отделено на въпросите от областта на политиките за развитие на устойчив туризъм в дестинация България, предизвикателствата пред събитийния туризъм, културно-историческия туризъм, конферентния туризъм, практиките на специализираните видове туризъм, проблемите на хотелиерство и предизвикателствата пред индустрията в периоди на несигурност и ограничения, стандартите за работа в туризма и пр. Акцент е поставен и на проблемите на устойчивото развитие и управление, конкурентоспособността на дърводобивните предприятия в България в условия на пандемия, въпросите на регионалната и градска среда и развитие, здравната сигурност и кризисното управление, предизвикателствата пред специализираното образование и др.

Голямата съвкупност от засегнати предметни области е безспорно актуална и значима. Изборът на темите на научните разработки е навременен, а проблемите, които разглеждат, са във фокуса на внимание и засягат недостатъчно добре разработени аспекти с особен практико-приложен акцент за икономиката и управлението.

Приятно четене!

С уважение,

Проф. д-р Преслав Димитров,
Декан на Стопанския факултет и
Ръководител на Катедра „Туризм“

СЪДЪРЖАНИЕ

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛИТЕ НА БАНКОВИЯ СЕКТОР В УСЛОВИЯТА НА COVID-КРИЗА	9
<i>Елена СТАВРОВА</i>	
ДЕТЕРМИНАНТИ НА ПРИХОДИТЕ НА ПРИХОДИТЕ НА ПРОПОРЦИОНАЛНИЯ ДАНЪК В БЪЛГАРИЯ	15
<i>Стоян ТАНЧЕВ</i>	
IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON THE FINANCIAL RESULTS OF PRIVATE BANKING AND WEALTH MANAGEMENT.....	22
<i>Plamen DZHAPAROV</i>	
ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ И НЕРАВЕНСТВО В УСЛОВИЯ НА COVID-19	32
<i>Цветомир ЦВЕТКОВ</i>	
ВЛИЯНИЕ НА ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЪРХУ МАРКЕТИНГОВИТЕ КОМУНИКАЦИИ	45
<i>Динка ЗЛАТЕВА</i>	
ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА БИЗНЕСА.....	54
<i>Радостина ЮЛЕВА-ЧУЧУЛАЙНА</i>	
ВЪЗНИКВАНЕ, РАЗВИТИЕ И АНАЛИЗ НА КАПИТАЛОВАТА АДЕКВАТНОСТ.....	61
<i>Миглена ТРЕНЧЕВА</i>	
АСИМЕТРИИ И ПОЛИТИКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ В ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ.....	70
<i>Светла РАКАДЖИЙСКА</i>	
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД СЪБИТИЙНИЯ ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19	88
<i>Петя ИВАНОВА, Лилия ПЕТКОВА</i>	
КОМПЕТЕНЦИИ НА ЛАНДШАФТНИЯ АРХИТЕКТ ПРИ УПРАВЛЕНИЕ НА УСТОЙЧИВА ЗЕЛЕНА ИНФРАСТРУКТУРА	97
<i>Елена ДРАГОЗОВА, Станислава КОВАЧЕВА</i>	
COMPETITIVENESS OF FORESTRY COMPANIES IN BULGARIA IN SITUATION OF COVID-19 PANDEMIC	104
<i>Konstantin KOLEV, Iliyana IVANOVA, Ivan UYROV</i>	
ЗНАЧЕНИЕТО НА ЗДРАВНАТА СИГУРНОСТ ЗА УПРАВЛЕНИЕТО НА ЗДРАВНАТА КРИЗА В УСЛОВИЯТА НА COVID-19	109
<i>Красимир КОЕВ</i>	
УНИВЕРСИТЕТСКИ ЦЕНТЪР “БАЧИНОВО”: ТРАДИЦИИ, ГОСТОПРИЕМСТВО И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА.....	116
<i>Теодора КИРЯКОВА-ДИНЕВА, Беатрис ВЛАДИМИРОВА</i>	
БЪЛГАРСКИЯТ КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИ ТУРИЗЪМ И ИЗРАЕЛСКИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР	125
<i>Роман СТОЯНОВ</i>	

HOW CAN UNIVERSITIES PREPARE SUCCESSFUL TEACHERS IN ECONOMICS FOR THE FUTURE BULGARIAN SCHOOLS.....130

Boryana DIMITROVA

ЗАЕТОСТ И ОЦЕНКА НА ОБУЧЕНИЕТО НА СПЕЦИАЛИСТИТЕ ПО ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ138

Тереза СТЕФАНОВА

MANAGEMENT OF COMPLEX SECURITY OF MODERN ECONOMIC SYSTEMS151

PESHKOV Alexey Vladimirovich, SINYAKOVA Marina Gennadyevna, SHEMYATIKHINA Larisa Yurievna, STARITSYNA Kseniya Sergeevna

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛИТЕ НА БАНКОВИЯ СЕКТОР В УСЛОВИЯТА НА COVID-КРИЗА

Доц. д-р Елена СТАВРОВА¹

Резюме

Поведението на банковата система е едно от най-наблюдаваните явления от най-наблюдаваните показатели поради фактът, че тук са концентрирани интересите както на акционерите, така и на всички останали заинтересовани страни – вложители, надзорни органи, данъчни власти. Адекватната оценка на факторите, влияещи върху основните показатели на банковата система на Република България дава възможност за активиране на регулаторни намеси при установяване на заплахи за нейното устойчиво развитие и състояние. Тези показатели са особено динамични в условията на неравновесие на икономическата система под влияние на финансови и хуманитарни кризи. С цел установяване на причинно – следствени връзки и зависимости между предложените показатели е структурирана база от данни и е приложен адекватно избран инструментариум.

Ключови думи: ROE, ROA, необслужвани кредити, депозити, индекс на недвижимите имоти

ANALYSIS OF THE INDICATORS OF THE BANKING SECTOR IN THE CONDITIONS OF COVID-CRISIS

Abstract

The banking system' behavior is one of the most observed phenomena of the most observed indicators due to the fact that the interests of both shareholders and all other stakeholders are concentrated here - depositors, supervisors, tax authorities. Adequate assessment of the factors influencing the main indicators of the banking system of the Republic of Bulgaria provides an opportunity to activate regulatory interventions in identifying threats to its sustainable development and condition. These indicators are particularly dynamic in the context of economic system imbalances under the influence of financial and humanitarian crises. In order to establish causal links and dependencies between the proposed indicators, a database has been structured and adequately selected tools have been applied.

Key words: ROE, ROA, non-performing loans, deposits, real estate index

Въведение

Неотдавнашната икономическа криза е имала пагубен ефект върху световната икономика. Нарастването на необслужваните кредити е създадо огромни проблеми за реалната икономика в световен мащаб. Европейските страни не са се оказали изключение от общата картина. Както силните европейски икономики (Германия, Франция), така и по -слабите (Гърция, Италия, Испания) са реализирали значителни загуби на богатство и са понесли кредитни затруднения по време на кризата. Икономическото забавяне и намаляването на рентабилността и финансовата стабилност на банковия сектор са предизвикали затягане на правилата за кредитиране, стагнация на пазара и нарастване на необслужваните кредити. Банките са се оказали несклонни да дават заеми, опитвайки се да сведат до минимум експозицията си към високорискови кредитни портфейли. Вследствие на това е възникнал значителен проблем с ликвидността, който доведе

¹ Югозападен университет “Неофит Рилски“, Стопански факултет, катедра „Финанси и отчетност“

фирмите с кредитна експозиция или компании с дълг пред огромни икономически трудности. В резултат на това потреблението и инвестициите са намалели значително, рецесията се е задълбочила, а проблемните кредити са нараснали.

Целта на това изследване е да се определят факторите, които обясняват динамиката на проблемните кредити, да се наблюдават предупредителните индикатори възможно най-рано и да се реагира ефективно. Това дава възможност тези резултати от изследването да бъдат полезни за успешното реализиране функциите на банковия и финансов надзор.

Нашето проучване допълва съществуващата литература за **детерминантите на необслужваните кредити**, като използва както макроикономически променливи, така и индекса на недвижимите имоти. Това проучване допринася за обогатяване изследванията на необслужваните кредити, като изследва чувствителността на необслужваните кредити към икономическата стагнация в резултат на COVID-пандемията. Проучването също така показва, че цените на жилищата и ликвидността на банките са важни фактори за динамиката на проблемните кредити.

Финансовото представяне на банката е описание на финансовото ѝ състояние за няколко периода, включващо както характеристиките за набиране на средства, така и за преминаване на средства. Оценката на банковите резултати се прави чрез анализ на нейните финансови отчети. Финансовите отчети на предприятията са основен източник на информация в допълнение към други данни като корпоративен пазарен дял, икономически условия, качество на управлението, информация за индустрията и други. Междувременно финансовите резултати на банката могат да се видят от финансовите отчети на банката. Финансовият отчет на банката показва общото финансово състояние. Този доклад също така показва резултатите от управлението на банките за един период и е един от важните обекти за наблюдение от регулаторните органи в контекста на управлението на съпътстващите рискове, както твърдят в своето изследване St. Vachkov , N. Valkanov(2021).

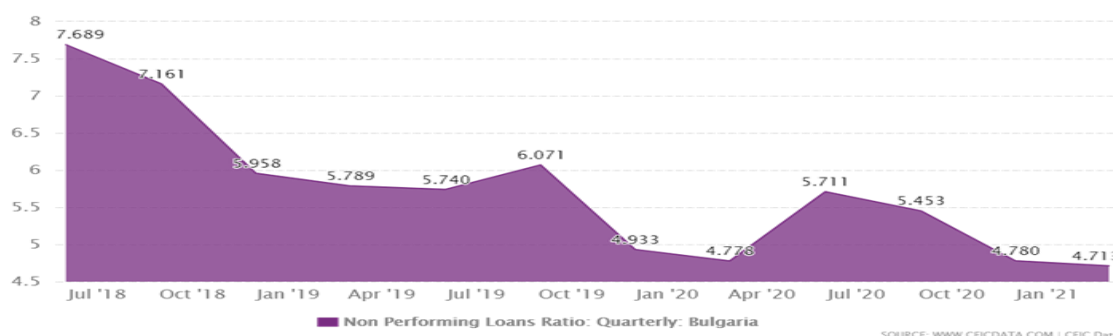
При анализа на финансовите отчети на каквато и да е фирма са необходими определени инструменти. Най-често използваните инструменти са финансовите коефициенти. Въз основа на този доклад се появява коефициент, който ще служи като еталон за оценка на процента на рентабилност на банката. Банките трябва да поддържат високо ниво на рентабилност, да могат да разпределят дивиденди, и да могат да спазват правилно пруденциалните банкови разпоредби.

Идентифицирани са основните проблемни зони и са формулирани изследователски въпроси:

1. Как NPL влияе върху ROA в банкови компании,.
2. Как NPL влияе върху ROE в банкови компании
3. Каква е връзката между NPL и индекса на цените на недвижимите имоти?
2. Преглед на литературата

На Графика № 1 може да се види динамиката на необслужваните банкови кредити на тримесечна база, с цел да се установи влиянието на COVID-19-кризата върху динамиката на проблемните и необслужвани кредити. Стремителното намаляване – от 7,689 през 2018 година, през април 2020 достигат до 4,773 и се възстановят като ниво през Юли 2020 година.

Графика № 1



Преглед на литературата

В специализираната литература има немалко теоретични и емпирични изследвания за анализ на влиянието на необслужваните заеми върху финансовите резултати на търговските банки. Поради многопосочното влияние е трудно да бъдат направени конкретни заключения относно влиянието на необслужваните кредити върху рентабилността, която се измерва с различни показатели като ликвидност, платежоспособност (съотношение дълг/капитал) и общи показатели като възвръщаемост на активи (ROA) и възвръщаемост на собствения капитал (ROE)

Nsobilla (2015) и Mathuva, (2009) определят същите показатели ROA и ROE, но предпочита ROE повече, тъй като този показател комбинира печалба, ефективност и финансов ливъридж. ROA и ROE се изчисляват като нетна печалба, разделена на активите съответно на собствения капитал на банката. Банките с по -голяма възвръщаемост на инвестициите и възвръщаемост на инвестициите имат по -добри резултати и финансово са по -стабилни.

Рентабилността на банките зависи от много показатели, но нивото на необслужваните заеми има решаваща роля за финансовите резултати. Кредитните портфейли за бизнеса и за населението представляват най -високия дял в общите активи на банките и те са активно се ангажират да поддържат експозицията на кредитен риск на оптимално ниво. Festic et al. (2009) считат, че експозицията по кредитен риск, измерени чрез процента на необслужваните кредити (NPL), се използва не само за оценяване на качеството на банките портфейл, но и като инструмент за сравняване на качествата на кредитните портфейли на банките. Неговото мнение се споделя, също така и от D. Serwa, (2013), който определя също така като основен инструмент за управление на кредитния риск анализа на политиките за кредитиране и ефективността на банковия сектор.

Emanuel Bagna (2020), също определя този подходът към отписване на необслужваните кредити като разумно и ефективно решение. Този извод е в съответствие с преразглеждането на подхода, възприет от Европейския съвет и Европейския парламент през август 2019 г., но внедрен впоследствие от Европейската централна банка, който определя пълно отписване на необезпечени необслужвани заеми след 3 години (в сравнение с 2 години преди това), необслужвани заеми, обезпечени с недвижими имоти след 9 години (в сравнение със 7 години по-рано) и необслужвани заеми с гаранции за недвижими моти след 7 години.

N. Hadian, D. T. Oktarina Phety(2021) дават приоритетна позиция като факторно условие на съотношението „Привлечени депозити : Отпуснати кредити“ като такова с особена важност за определяне значението на необслужваните кредити.

Общото икономическо неравновесие и отражението му върху състоянието на финансовата система, в частност, основни показатели на банковата, е разгледано от И. Тодоров (2019)¹,

И.Тодоров (2019)², S. Tanchev (2019), M. Paskaleva, и A. Stoykova. (2019). А. Стойкова., М. Паскалева, Д. Стойков (2020).

База данни и методология на изследването

На основа създадената база от данни за българската банкова система от предоставена информация от Българска народна банка (www.bnb.bg) и Националния статистически институт, включваща следните променливи: Обслужвани кредити (**SERV.L.**),необслужвани банкови кредити(за населението и за нефинансовият сектор), необслужвани кредити по-малко от 90 дни, необслужвани кредити повече от 90 дни, необслужвани кредити повече от 180 дни , **LTD** – Съотношение (депозити: отпуснати кредити), **ICG**- Индекс на недвижимите имоти, **ROA**- възвращаемост на банковите активи, **ROE** - възвращаемост на банковите активи, **D** – привлечени депозити.

Резултатите от анализът на базата от данни е представен в *Табл. № 1: Корелационни зависимости между групите от необслужвани кредити от домакинствата и основни показатели на банковата система и пазарът на недвижими имоти* и *Табл. № 2: Корелационни зависимости между групите необслужвани кредити на нефинансовият сектор и основни показатели на банковата система и пазарът на недвижими имоти*. Данните са на тримесечна база, което дава възможност да се проследи динамиката на влиянието на COVID-19 кризата върху състоянието на кредитните портфейли на българските банки.

От базата данни може да се установи ръст на необслужваните кредити поради COVID-19 кризата и неритмичното функциониране на основни отрасли.

Таблица № 1. Корелационни зависимости между групите от необслужвани кредити от домакинствата

			MORE	MORE					
	SERV.L.	LESS 90	90	180	LTD	ICG	ROE	ROA	D
SERV.L.	1								
LESS 90	-0,25657	1							
MORE									
90	-0,4121	-0,29311	1						
MORE									
180	0,331917	-0,50735	0,013879	1					
LTD	-0,63707	-0,45455	0,773156	0,169483	1				
ICG	0,357082	0,432998	-0,55148	-0,30669	-0,53797	1			
ROE	-0,52388	-0,0968	0,05806	0,313281	0,576993	-0,11801	1		
ROA	-0,42741	-0,16787	0,131006	0,311599	0,623704	0,021936	0,916532	1	
D	0,529007	-0,06348	-0,0135	0,328342	-0,41365	-0,07046	-0,54914	-0,61245	1

Източник: БНБ и НСИ

Таблица № 2. Корелационни зависимости между групите необслужвани кредити на нефинансовият сектор

	SERV. L.	LESS 90	MORE 90	MORE 180	LTD	ICG	ROE	ROA	D
SERV.L.	1								
LESS 90	-0,41912	1							
MORE 90	-0,88532	0,337955	1						
MORE 180	-0,49331	0,178708	0,364401	1					
LTD	-0,72952	0,598385	0,781964	0,05688168	1				
ICG	0,503333	-0,27869	-0,62754	-0,1336181	-0,53797	1			
ROE	-0,4955	-0,00468	0,619766	-0,1393146	0,576993	-0,11801	1		
ROA	-0,31121	0,050035	0,442988	-0,3171153	0,623704	0,021936	0,916532	1	
D	0,324998	0,172975	-0,17319	0,02801745	-0,41365	-0,07046	-0,54914	-0,61245	1

Източник: БНБ и НСИ

Анализът на данните в двете корелационни таблици показват **високо ниво на корелация** между следните двойки променливи : (ROE-LTD), (ROA-LTD), (ROA-ROE), (LTD-NO-SERV.MORE 90 D). Умерена положителна корелация (ICG-NO-SERV.MORE 90D).

Прави впечатление отрицателната корелация на размера на привлечените депозити с повечето от показателите в корелационната матрица, което може да бъде обяснено с натоварената със свръх предлагане на депозити банкова система, което като фактор влияе върху цената на ресурса и деформира пазара на банкови кредити. Интересни зависимости показва и връзката на Индекса на недвижимите имоти ICG – докато с краткосрочните проблемни кредити тази корелация е положителна, то при дългосрочно-проблемните знакът на връзката се обръща и става отрицателен. Отрицателна е връзката и между темповете на нарастването на депозитите и ефективността на банковата система – отново следствие от горе показаните причини.

Заклучение:

Въпреки ограничените възможности на това изследване да представи една пълна картина на промените в структурата на кредитните портфейли на търговските банки под влияние на COVID-19-пандемията може да бъдат направени някои основни изводи:

1. Съществува позитивна корелационна зависимост между показателите, отразяващи ресурсната осигуреност на банковата система.

2. Установява се негативна корелационна зависимост между показатели, описващи състоянието на кредитните портфейли на банките и индексите на пазара на недвижими имоти, динамиката на дългосрочно-необслужвани кредити.

4. Силата на корелационната зависимост се определя от степента на влияние на фактори, които се намират извън обсега на това изследване като процент на безработицата, динамика на БВП, валутен курс към USD, показатели, които още бъдат включени в следващ етап от това изследване.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА:

- Тодоров, Ив. (2019)¹. Растежът и цикличността на българската икономика в условията на паричен съвет. Монография. Авангард Прима, София, ISBN: 978-619-239-145-4. Второ издание, брой страници: 208.
- Тодоров, Ив. (2019)². Макроикономическа интеграция на страните от Централна и Източна Европа в Европейския съюз. Монография. Авангард Прима, София, ISBN: 978-619-239-144-7. Второ издание, брой страници: 229.
- Стойкова, А., Паскалева, М., Стойков, Д. (2020). Управление на риска и счетоводно отчитане чрез FINTECH, Научна конференция „Блокчейн технологии в икономиката – международни, вътрешни, икономически и правни проблеми“, 24-25 октомври 2019 г., Благоевград, ЮЗУ „Неофит Рилски“.
- Bagna, E.(2020). “Valuation of Non-Performing Loans under Discussion”. International Journal of Business and Management; Vol. 15, No. 12; ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119.
- Festić, M., Repina, S., & Kavkler, A. (2009). The up-coming crisis and the banking sector in the Baltic States. Swiss Journal of Economics and Statistics, 145(3), 269-291. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/BF03399282>
- Hadian, N., D. T. O. Phety. (2021).” The Effect of Non-Performing Loans and Loan to Deposit Ratio on Return On Assets in the Banking Industry”. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education Vol.12 No.8 (2021)791-798.
- Mathuva, D. M. (2009).“Capital adequacy, cost income ratio and the performance of commercial banks: The Kenyan Scenario“.. The International journal of applied economics and Finance, 3(2), 35-47. doi:DOI: 10.3923/ijaef.2009.35.47.
- Nsobilla, T. (2016). “The Effect of Non-Performing Loans on the Financial Performance of Selected Rural Banks in the Western and Ashanti Regions of Ghana”, <http://129.122.16.11/bitstream/123456789/8526/1/TALATA%20NSOBILLA.pdf> .
- Paskaleva, M., Stoykova. A. (2019). Relationship between Bulgarian sovereign credit risk and accounting information. WSEAS Transactions on Business and Economics, Volume 16, pp. 86-96, E-ISSN: 2224-2899. http://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2019/145107-71.pdf?fbclid=IwAR3UPK8nJEUkcl4sP9XpE2BOvrBgXxkHIpDQUBRS86G1h6ktcu2XYRsX_I0
- Serwa, D. (2013). Measuring non-performing loans during (and after) credit booms. Central European Journal of Economic Modelling and Econometrics, 5(3), 163-183. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/psc/journal/v5y2013i3p163-183.html>.
- Tanchev, S. (2019). „Tax Structure of Bulgaria and Relationship of Economic Growth“, Bulgarian Academy of Science, journal „Economic thought“, issue 5, 2019, ISSN 0013-2993,
- Vachkov, St., N. Valkanov.(2021). “Some aspects of regulatory optimizations in the financial sector”. Economics and Management, ISSN: 2683-1325 Volume: XVIII, Issue: 1, Year: 2021, pp. 1-18, doi: 10.37708/em.swu.v18i1.1

ДЕТЕРМИНАНТИ НА ПРИХОДИТЕ НА ПРИХОДИТЕ НА ПРОПОРЦИОНАЛНИЯ ДАНЪК В БЪЛГАРИЯ

Доц. д-р Стоян Танчев²

Абстракт

Настоящата разработка емпирично изследва факторите, въздействащи върху на пропорционалния данък без необлагаем минимум (pure flat tax) в България. С метода на най-малките квадрати (OLS) е моделирана връзката между приходите от пропорционален данък (PT), брутен разполагаем доход (GDI), заетост (EMPL), бруто капиталобразуване (GCF) и държавни разходи (GE). Използвани са тримесечни данни от Евростат за периода от март 2008 г. до март 2020 г. с включени 49 наблюдения.

Изводите от емпиричния анализ показват, че най-голямо увеличението на заетостта води след себе си до увеличение на приходите от пропорционален данък в бюджета.

1. Увод

Изследването на детерминантите, които оказват въздействие върху приходите от пропорционален данък се свързват с разработките на Шешински, Е. (Sheshinski, E., 1972) и Хол, Р. и Рабушка, А. (Hall, R. and Ravushka, A., 1983). Sheshinski, E. доказва, че пропорционалният данък е оптимален, а Hall, R. et al. извеждат ползите за икономиката от приемането на единната ставка.

Счита се, че пропорционалният данък засилва стимулите за работа, увеличава приходите в бюджета, повишава инвестициите и растежа. Важен аргумент за приемане на пропорционалния данък е неговото лесно администриране от данъчната администрация. По-ниският размер на пропорционалния данък понижава изкривяванията в икономиката и подобрява икономическата ефективност. Със своите предимства пропорционалният данък е удобен фискален инструмент на правителството за увеличаване на приходите в бюджета и за насърчаване на икономическото развитие.

Първи опит за въвеждане на пропорционален данък е направен в малката британска колония Джърси през 1940 г. През 1947 г. също под владението на Великобритания, Хонг Конг приема пропорционалния данък. Гърнси става третата британска колония приела пропорционален данък през 1960 г. А през 1986 г. с пропорционален данък започват да се облагат доходите и в Ямайка.

Възходящият успех пропорционалния данък постига в края на деветдесетте години на миналия век и в началото на новото хилядолетие, когато редица страни от Централна и Източна Европа (ЦИЕ) приеха пропорционалния данък. Естония стана първата страна от ЦИЕ, която замени прогресивния данък с пропорционален през 1994 г. От тогава до днес още петнадесет страни от този регион приеха пропорционалния данък, като фискален инструмент за увеличаване на приходите в бюджета и ускоряване на стопанския растеж. Към тях може да прибавим и някои страни от Азия, Северна и Южна Америка и няколко островни държави част от акваторията на Африка. От възраждането на идеята през 90-те години на миналия век до сега с пропорционален

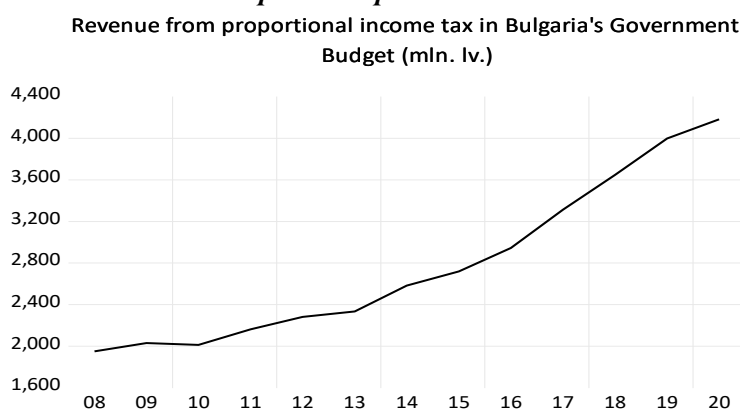
² Югозападен университет „Неофит Рилски“, Стопански факултет, катедра „Финанси и отчетност“

данък са се облагали доходите в приблизително тридесет страни по света. Към настоящия момент страните по света облагачи доходите с пропорционален данък е 26. Възходът на пропорционалния данък в страните от Централна и Източна Европа бе поставен от Естония през 1994 г.

В стремежа си да привлече повече чужди инвестиции и да увеличи приходите в бюджета през 2008 г. България прие пропорционален данък в размер на 10% без необлагаем минимум и замени съществуващия до тогава прогресивен данък върху дохода. Данъчната база е разширена значително и обхваща всички източници на доходи реализирани от физическите лица. пропорционалният данък заменя триетажна прогресивна скала с размери- 20%, 22% и 24% с включен необлагаем минимум до 2400 лв. на годишна основа. С данък от 20% се облагат годишни доходи от 2400 лв. до 3000 лв., с данък от 22% се облагат доходи от 3000 лв. до 7200 лв. и с 24% се облагат доходи над 7200 лв. получени на годишна основа. България става втората страна след Грузия приела пропорционалния данък в неговия чист вид „pure flat tax” и първа в страните от Централна и Източна Европа, където на облагане с данък подлежат всички лични доходи по трудови правоотношения.

Фигура 1 показва номиналните приходи на пропорционалния данък в бюджета на България за периода 2008-2020 г.

Фигура 1. Номинални приходи от пропорционален данък в бюджета на България за периода 2008-2020 г.



Източник: Автора

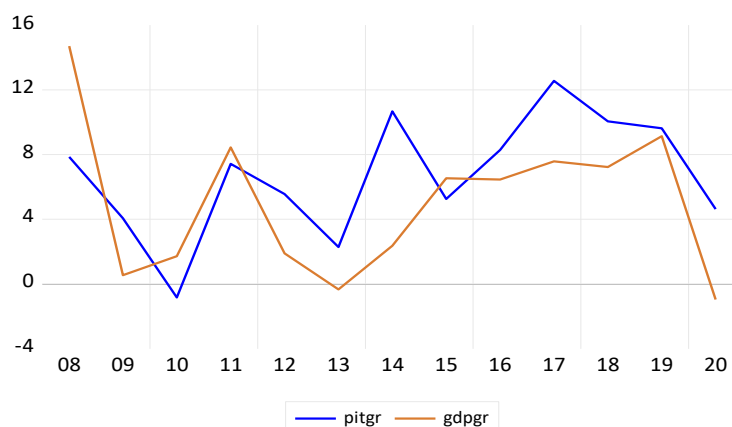
Данни: Министерство на финансите на България

Бюджетните приходи от пропорционален данък (вж. Фигура 1) се увеличават от приблизително 2 млрд. лв. през 2008 г. до над 4 млрд. лв. през 2020 г. Нарастването за периода е с 1,14 пъти или с 114% за периода.

На фигура 2 са показани темповете на нарастване на номиналния БВП и приходите от пропорционален данък отново за периода 2008 г. -2020 г.

Фигура 2. Темпове на нарастване на икономическия растеж и на приходите от пропорционален данък за периода 2008-2020 г.

Growth Rates of the Nominal GDP and the Revenue of PIT in Bulgaria



Източник: Автора

Данни: Министерство на финансите на България

От фигура 2 се установява, че по време на криза (2009-2011 г.) приходите от пропорционалния данък се понижават по-бързо от понижението на номиналния БВП за България. По време на растеж събираемостта се увеличава. Следователно, действието на пропорционалния данък (pure flat tax) по време на криза показва, че пропорционалния данък работи като фискален стабилизатор по време на криза. По време на растеж (след 2012 г.) събираемостта се повишава и приходите изпреварват растежа.

На тази основа (фигури 1 и 2) може да се посочи, че първо- номиналните приходи в бюджета на България от пропорционален данък през изследвания период са се увеличили с повече от 100%, и второ- пропорционалният данък може да бъде използван от правителствата, като автоматичен фискален стабилизатор по време на икономически спад. По време на растеж може да се смята, че заложените приходи в бюджета, ще бъдат събрани

Дискусията за ползите от въвеждането на пропорционалния данък са в основата на множество емпирични изследвания. Според Городниченко, Ю. и кол. (Gorodnichenko Y. et al, 2008) след приемане на пропорционалния данък реалния БВП на Русия е нараснал с почти 5%, а приходите от този данък с над 25%. В изследване на Уисдом, Т. (Wisdom, T. 2014) за периода 1986-2010 г. с VAR модел е открита положителна краткосрочна и дългосрочна връзка между данъчните приходи и БВП за Гана. Абдон, А. и кол. (Abdon, A. et al. 2014) изследват данъчните приходи в 13 страни от Азия с МНМК за периода 1990-2011 г. Доказват, че високите данъци свиват растежа и приходите.

2. Методология и данни на изследването

Изследвани са конструктивните променливи въздействащи на приходите от пропорционален данък в България. Използвани са данни на Евростат за периода март 2008 - март 2020 г. с включени 49 наблюдения. Всички данни в емпиричния анализ са в абсолютни суми (млн. лв.) с изключение на заетостта. Данните за заетостта са в брой работещи по трудови правоотношения.

Спецификацията на моделите на регресионното уравнение включва следните променливи-приходи от пропорционален данък върху доходите на заетите по трудови правоотношения (**PT**), брой на заетите по трудови правоотношения на възраст от 15 до 64 навършени години (**EMPL**), брутен разполагаем доход (**GDI**), бруто капиталобразуване (**GCF**), държавни разходи (**GEXP**). Зависимата променлива е (**PT**).

Емпиричният анализ е извършен в следната последователност: сезонно изглаждане на данните с **TRAMO SEATS**; логаритмуване с натурален логаритъм; тестване на променливите за единичен корен- **Summary Unit Root Test** (Таблицы 1 и 2); определяне броя на лаговете- **Lag Length Criteria** (LR, FPE, AIC, SC, HQ- Таблица 3); тестване за коинтеграционни връзки- **Johansen cointegration test**; избор на иконометричен метод- (**OLS**- Таблица 4); тестване за серийна корелация- **Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test** (Таблица 5); тестване за хетероскедастичност- **Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey** (Таблица 6); тестване за грешки в спецификацията на модела- **Ramsey RESET Test** (Таблица 7); тестване за динамична устойчивост на модела- **CUSUM test** (Фигура 3); Тестване за нормално разпределение на остатъците- **Jarque-Bera statistics** (Фигура 4).

В таблица 1 е показан груповият тест за стационарност на променливите.

Таблица 1

Групов тест за стационарност на PT, EMPL, GDI, GCF and GEXP

Method	Statistic	Probability	Cross-sections	Observations
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	4.44362	1.0000	5	238

Източник: Автора

Груповият тест за единичен корен на **PT, EMPL, GDI, GCF и GEXP** (Таблица 1) показва, че променливите не са стационарни като група. Затова са изчислени техните първи разлики- Таблица (2).

Таблица 2

Групов тест за стационарност PT, EMPL, GDI, GCF and GEXP (първи разлики)

Method	Statistic	Probability	Cross-sections	Observations
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-10.5909	0.0000	5	227

Източник: Автора

Таблица 3 показва, че оптималният брой на лаговете е 1.

Таблица 3

Оптимален брой на лаговете

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1842.995	NA	3.22e+29	82.13309	82.33383	82.20792
1	-1631.660	366.3132*	8.21e+25*	73.85156*	75.05600*	74.30056*
2	-1608.777	34.57889	9.41e+25	73.94564	76.15379	74.76882
3	-1592.330	21.19842	1.54e+26	74.32577	77.53762	75.52312
4	-1560.642	33.80076	1.44e+26	74.02852	78.24407	75.60003

Източник: Автора

Тестовите за коинтеграция (Johansen cointegration test) показват, че променливите не са коинтегрирани. В този случай не е възможно да се използват авторегресионни модели като **VEC**

or VAR. Затова е приложена множествена линейна регресия под формата на OLS. Резултатите от уравнението на метода OLS със зависима променлива PT са представени в Таблица 4.

Таблица 4

Резултати от иконометричната оценка с МНМК (Уравнение 1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	569.2231	192.3106	2.959915	0.0049
GDI	0.000565	1.87E-05	30.29138	0.0000
EMPL	0.222138	0.075257	-2.951727	0.0051
GEXP	0.014884	0.008733	1.704408	0.0954
GCF	0.032458	0.012129	2.676139	0.0104
R-squared	0.992331	Mean dependent var	1649.606	
Adjusted R-squared	0.991634	S.D. dependent var	422.2555	
S.E. of regression	38.62188	Akaike info criterion	10.24197	
Sum squared resid	65632.58	Schwarz criterion	10.43501	
Log likelihood	-245.9282	Hannan-Quinn criter.	10.31521	
F-statistic	1423.383	Durbin-Watson stat	2.451979	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Източник: Автора

Всички променливи с изключение на GEXP в уравнението на OLS са статистически значими при критично равнище от 5%. Променливата на държавните разходи е статистически значима при критично равнище от 10%. Всички коефициенти са положителни което означава, че водят до повишаване на приходите в бюджета. Най-силно положително влияние има заетостта с коефициент (0.22). Резултатите показват, че единица нарастване на заетостта приходите в бюджета от пропорционален данък се повишават с 22%. При облагане на доходите с пропорционален данък без необлагаем минимум заетостта има ключова роля за повишаване на приходите в бюджета. Този висок коефициент се дължи на широката данъчнооблагаема маса, която е типична за pure flat tax. По-слабо, но също положително влияние оказват брунтото капиталобразуване с коефициент (0.03) и държавните разходи с (0.01). Нарастването на брунтото капиталобразуване с единица увеличава приходите с 3%. Това означава, че нарастването на капиталовите активи на предприятията не пренасочва средства за заплати, което води до увеличение на приходите от пропорционален данък. Повишението на държавните разходи с единица води след себе си до повишаване на приходите с 1%. Положителната стойност на държавните разходи в България показва, че при пропорционален данък без необлагаем минимум доходите се повишават и това води до повишаване на приходите в бюджета. Докато при пропорционален данък с необлагаем минимум доходите се увеличават, но приходите в бюджета не. Това е заради широката данъчнооблагаема маса в България. Брутният разполагаем доход също е с положителна стойност, но неговото влияние е несъществено, тъй като коефициентът е (0.0005).

Стойността на коефициента на детерминация ($R^2 = 0.992331$) показва, че с 99% се обяснява ефективността на приходите от пропорционален данък на България чрез промяна в участващите в Таблица (4) независими променливи. Вероятността на F-statistics (Probability F-statistic=0.00) показва, че се потвърждава алтернативната хипотеза за адекватност на използвания модел.

Тестването за отсъствие на серийна корелация на смущенията показва, че е в сила нулевата хипотеза в регресионното уравнение (Таблица 5). Резултатите от теста за хетероскедастичност на остатъците, посочени в Таблица 6, също са основание нулевата хипотеза за липса на

хетероскедастичност да се приеме. В таблица 7 резултатите за спецификацията на модела показват, че нулевата хипотеза също следва да се приеме.

Таблица 5

Тест за серийна корелация на остатъците на Уравнение (1)

F-statistic	2.575979	Prob. F(2,42)	0.0881
Obs*R-squared	5.353881	Prob. Chi-Square(2)	0.0688

Източник: Автора

Таблица 6

Тест за хетероскедастичност на остатъците в Уравнение (1)

F-statistic	0.822361	Prob. F(4,44)	0.5180
Obs*R-squared	3.408431	Prob. Chi-Square(4)	0.4919

Източник: Автора

Таблица 7

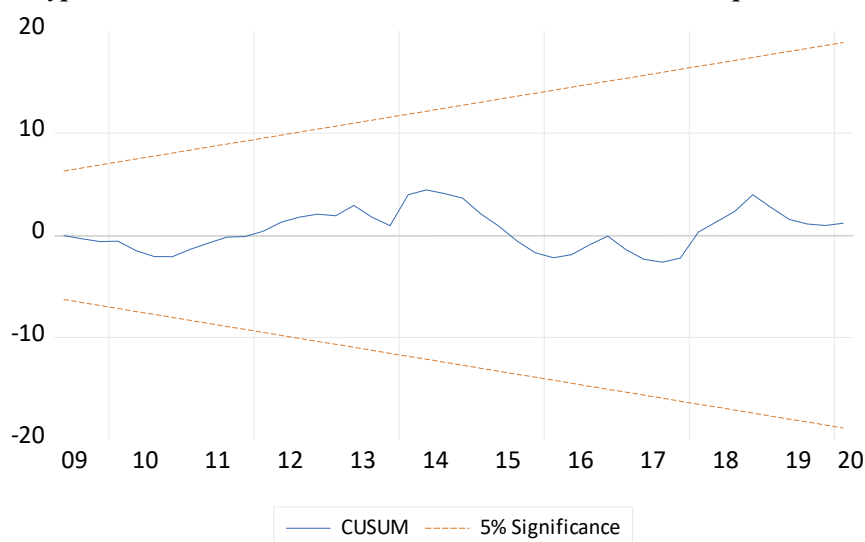
Тест за спецификацията на модела (Уравнение 1)

t-statistic	0.035714	43	0.9717
F-statistic	0.001275	(1, 43)	0.9717
Likelihood ratio	0.001453	1	0.9696

Източник: Автора

Резултатите от теста CUSUM (Фигура 3) сочат, че уравнението е стабилно в динамичен времеви план. Действителните стойности на CUSUM са в рамките на доверителния интервал при 5% равнище на значимост.

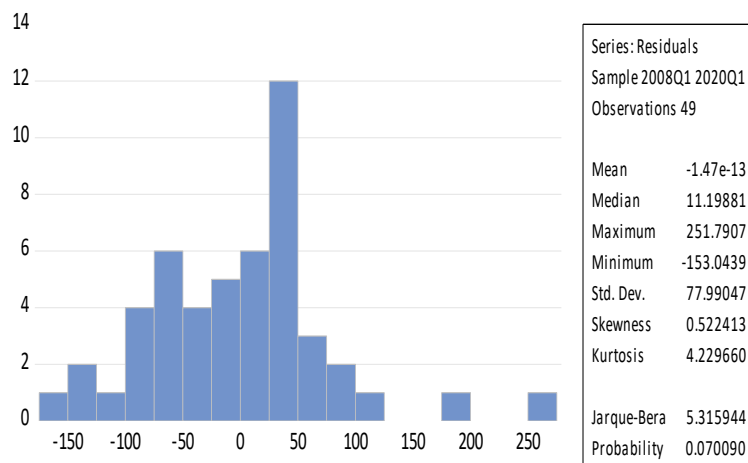
Фигура 3. CUSUM тест за динамична стабилност на Уравнение 1



Източник: Автора

Вероятността на Jarque-Bera статистиката е 0.07 (вж. Фигура 4), което е основание да се приеме нулевата хипотеза за наличие на нормално разпределение на остатъците.

Фигура 4. Тест за нормално разпределение на остатъците в Уравнение 1



Източник: Автора

3. Заключение

От изведените резултати в **OLS** модела могат да се направят следните изводи:

Броят на заетите е най-значимият инструмент за осигуряване на бюджетни приходи. Този извод е в съответствие с теорията на пропорционалния данък без необлагаем минимум за увеличение на приходите, поради разширената облагаема маса. Следователно, ако правителството желае да увеличава приходите в бюджета то следва да прилага политики, които да насърчават заетостта. Растежът на брутните разполагаеми доходи не е фактор за повишаване на приходите в бюджета, което е основен недостатък пред фиска. При облагане на доходите, не заетостта е водеща, а растежът на брутните на доходи. Средствата които се отделят за брутно капиталонакопаване от фирмите в България не са значителни и не пречат на повишаването на заплатите и респективно на приходите в бюджета. Държавните разходи имат важа роля за увеличение на доходите, чийто пример трябва да бъде последван и от частния сектор.

Източници:

- Sheshinski, E. (1972). The Optimal Linear Income-tax, The Review of Economic Studies, Volume 39, Issue 3 p. 297-302;
- Hal, R. E. and Rabushka, A. (1983). Low Tax, Simple Tax, Flat Tax, New York: McGraw Hill; 1985, "The Flat Tax", Stanford: Hoover Institution Press;
- Gorodnichenko, Y., Martinez-Vazquez, J. and Sabirianova, K. (2009). Myth and reality of flat tax reform: micro estimates of tax evasion response and welfare effects in Russia, NBER, Working Paper 13719, pp. 1
- Wisdom, T. (2014). Tax Revenue and Economic Growth in Ghana: A Cointegration Approach, Munich Personal RePEc Archive, 12 September 2014;
- Abdon, A. et al. (2014). Fiscal Policy and Growth in Developing Asia, Asian development bank, ISSN 2313-6537 (Print), 2313-6545 (e-ISSN), Publication Stock No. WPS146907-3;

IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON THE FINANCIAL RESULTS OF PRIVATE BANKING AND WEALTH MANAGEMENT

Chief Assist. Prof. Plamen Dzhaparov, PhD³

Abstract

At the beginning of the pandemic, private banks and another wealth management firms have been put to a severe test, as financial markets crashed and worried clients swamped the phone lines. That is why the forecasts of most experts were for a catastrophic financial year 2020. In addition, analysts expected global wealth to contract, perhaps severely. But none of that really happened. The world has grown richer despite the economic fallout of the coronavirus pandemic and global wealth has increased considerably. Thanks to the rapid recovery of the financial markets and the inherent resilience to crises, the results of the sector at the end of the year were more than encouraging. But, while the industry appears to have dodged the worst of Covid-19, the outlook is far from easy. For example, 2020's results confirmed a long trend of compression in profit and revenue margins and rising cost-to-income (C/I) ratios. The pandemic also exacerbates another challenge - the difficulties that most market participants face in generating organic growth.

Keywords: private banking, wealth management, covid-19, financial results.

JEL codes: G210

1. Introduction

The consequences of the global Covid pandemic have quickly affected all sectors of economy and finance. The industry of Private Banking and Wealth Management (PWM) is no exception to the common trend; in fact just the opposite is true. The need for social distancing has created an entirely new situation facing this industry's business model, traditionally based on continuous personal interaction between financial consultants (Relationship Managers) and wealthy customers. Thus the high-quality, personalized and intensive consulting, which is the essence of private banking, has suddenly been jeopardized. Owing to its specific character, the present crisis reflects on wealth management in a number of other aspects as well. Worried about their personal health, as well as their financial wellbeing, a large number of clients have reconsidered the priorities in their financial plans. The imposed lockdowns have resulted in high volatility of global markets, which in turn has triggered significant changes in the wealthy individuals' investing behavior. Last, but not least, the unprecedented nature of the virus has made it very difficult to forecast the duration or the exact route of the crisis, which poses serious challenges for a business, at the core of which is long-term financial planning. Against this background, today more than ever, all eyes are set on the results this financial sector has achieved and the future tendencies they outline.

2. The good news for the industry

Despite the serious quest the PWM industry has been facing since the outbreak of the pandemic, now, a year and a half later, the prevailing expert opinions seem to be that "Wealth managers are emerging from the depths of Covid-19 with their businesses secure and their prospects much brighter than expected" (Financial Times, 2021). To a large extent financial result do allow for optimism. In a recent survey of Accenture, for example, it has been established that given market volatility in 2020, on

³ Department of Finance, University of Economics – Varna, pl.djaparov@ue-varna.bg.

a global scale revenues in wealth management grew by 1.8% , while Assets under Management (AuM) went up at even more impressive rates (Accenture, 2021, p. 43). A remarkable staying power of the sector is observed in North America, where average assets entrusted to a financial consultant grow to a record \$130m - 9% more than 2019. Average revenues generated by a single consultant also marked record levels, but at a more modest rate of growth of 1% on an annual basis (McKinsey, 2021a).

As for the results of Western Europe, here profits grew by 2% a year (McKinsey, 2021b). Switzerland, the symbol of private banking, also passed the crisis year of 2020 unscathed, strengthening even further its position as a leading world center of cross-border wealth management, which concentrates nearly a quarter of the industry (UBP, 2021). UBS for instance, also reported pre-tax profit of 4,1billion - 20.4% more than the equally strong 2019 (Private Banker International, 2021). Among the reasons for the excellent result of the Alpine country are the relatively smaller losses its economy sustained during the pandemic, as well as its leading position in the world according to the "wealth- per-adult criterion" (Credit Suisse, 2021, p. 12). Data on European private banks are particularly impressive, having in mind that these countries encountered Covid -19 from a difficult starting point, 2019 being the second consecutive year of stagnating profit - €13.3 bn compared to €13.5 bn in 2018 (McKinsey, 2020).

Perhaps such results are not quite surprising given some peculiarities which turn Private Banking & Wealth Management into the most resistant financial business in times of crisis.

To begin with, this is an industry "genetically predisposed" to growth, as determined by the natural and constant growth of global wealth [1]. Despite apocalyptic forecasts from early 2020, even the pandemic has not succeeded in disrupting the sustainability of this trend. It becomes clear from Boston Consulting Group's annual analysis that instead of shrinking, global financial wealth for the last year only, grew by 8.3%, reaching a record high of \$250 trn. Driven by the households' growing willingness to save, as well as the strong results on the stock market [2], money and deposits grew by 10.6% on the previous year, marking the greatest annual increase for two decades. Real assets also grew substantially, reaching \$235 trn or 48% of total world wealth (BCG, 2021, p. 7-9) [3].

Similar evaluations come from Credit Suisse analysts: "In 2020 creation of wealth was largely "immune" to the challenges the world was facing, owing to the measures governments and central banks took to alleviate Covid's economic impacts. Thus total world wealth grew by 7.4%, while average wealth- per- adult went up by 6%, reaching the record high of \$79 952" (Credit Suisse, 2021, p. 5). The report, however, explicitly emphasizes that results would have been much more modest, if there had not been a significant increase in asset price the particular year. It also becomes clear that in terms of wealth creation the countries who were hit hardest by Covid did not perform worse compared to previous years and in some cases even the opposite is true. Given these facts, a conclusion can be made that the creation of wealth in 2020 seems to be quite independent from the economic troubles resulting from Covid.

In addition, during the pandemic the trend of wealth concentration has been going on. In particular, the list of ultra-rich individuals (UHNWI with assets of over \$100m) private banks find so attractive has added another 6000 names. So already over 60 000 individuals can be classified as ultra-rich – a jet-set that currently controls \$22 trn or 15% of the total global wealth invested (BCG, 2021, p. 7). A considerable growth of 6.3% can also be observed in the number of the so called High Net Worth Individuals (HNWI), who already amount to over 20m people [4]. The assets they own rise at an even higher rate (7.6%), reaching nearly \$80 trn. (Capgemini, 2021, p. 6). At a regional level the highest rise of HNWI and the wealth they own is registered in North America (a high of 10.7% and 11.9% respectively), followed by Asia- Pacific region (5.8% and 8.4%) and Europe (2.8% and 4.5%). According to analysts, the wellbeing of the population across the Atlantic is mostly a result of equity

investment, as for North American wealthy individuals stocks amount to 38% of all investments compared to 24% in Europe and 22% in Asia. A particularly important wealth driver in the USA are the “roaring stocks” of high-tech giants, as for Europe, the smothered growth of wealth throughout the region can be attributed to the pandemic’s heavier impact on key European markets and the continent’s larger exposure to industries such as fashion, tourism and retail, which were seriously hit by the crisis, unlike, for instance, the technology sector, which even benefited from Covid - 19 (Capgemini, 2021, p. 7-8).

Thus, eventually, at present one needs \$1 055 337, in order to join the club of “Top 1% of the world’s richest individuals” with an entry level of below \$1 m a year ago (Credit Suisse, 2021, p. 18). It is expected that over the next five years, too, the wealth of “high-rise”clients of private banking will grow even faster compared to that of the “normally wealthy” and affluent clients, thus strengthening the trend for concentration (Oliver Wyman, Morgan Stanley, 2021, p. 9).

Second, compared to the remaining areas of banking, the PWM sector is characterized by better growth prospects, lower capital requirements and a strong synergy with other business fields. One of the main factors for a stronger stability of financial results is the fact that private banking provides a consistent and reliable source of fee revenues, which have gained key importance given the stagnating interest margins over the last few years. Next, wealth management departments of large universal banks are “net liquidity providers, relatively non capital intensive and ensure regular incoming cash flows, all these resulting in a higher return on equity (ROE)” (Euromoney, 2021). Results before the outbreak of the pandemic confirm these conclusions. For example, in the 2019 report McKinsey concludes that despite the presence of certain negative tendencies, globally private bank again maintain their position of the most profitable segment of banking (McKinsey, 2020). In the same year the Global Wealth Management division of the world leader in wealth management, UBS generates 61% of operating profit and 87.6% of net income from interest for the whole group. At one of the largest American banks J.P. Morgan for example, PWM services account for 35% of the bank’s market valuation. In addition, for the period 2017-2019 its wealth management department generated an annual average ROE of 27.3%, with 13.8% average ROE for the entire group (Euromoney, 2021).

In the third place, the depth and complexity of financial consultant – client relationships suggest minimization of certain risks that are typical for retail and corporate banking. Thus, for example, credit risk in this case is considerably lower, due to the long-standing history of borrowers and their families. Besides, net cash flows are much easier to predict (at least in medium-term perspective), which facilitates liquidity management. Last but not least, the rates of client migration are really low in this business. Furthermore, in turbulent times, the trust built over time acquires an even greater importance and clients rarely venture to change the financial centre that services them. There is evidence to the point in the year 2020 as well, when client retention reached a record high of 94.6%, the main reason being the rich individuals’ desire to be “led through the storm” by a familiar face (McKinsey, 2021a). Simultaneously, there are changes in the attitudes towards future migration to another financial service provider within the next three years. While in 2016 40% of clients planned to transfer part of their money to a competitor institution, only 28% are willing to do so in 2021 (Ernst&Young, 2021, p. 8). Similar attitudes are easy to explain, given the fact that Covid-19 has brought along the third consecutive global economic turmoil for the 21st century. The lessons we learned from the hi-tech bubble of 2002 and the global financial crisis of 2007-2008 result in the the tendence for HNWI to move to direct self-investment under bull market conditions, while under circumstances of instability and uncertainty to get back to seeking professional consulting (Capgemini, 2021, p. 5) [5].

Maintaining these low levels of client migration in the future, however, is under question. The main reason are the expectations that over the next few years trillions of dollars will be passed on by older generations to millennials, who, according to surveys are most likely to move their assets to another provider (Ernst&Young, 2021, p. 8). Against this background the effects of the colossal transfer of wealth can vary considerably among various wealth managers. While leading companies claim they expect to retain 87% of their clients' assets during the inheritance process, others estimate they are likely to lose more than half of these. This potential ebb of assets under management can partly be explained with the fact that, compared to the past, today a client's decision about who they should entrust with their wealth, depends to a much larger degree on their societal and individual values and not only on matters of return on investment (Orbium, 2020, p. 15).

According to private bankers Covid-19 also triggers certain behavioral changes, which will affect the transfer of wealth: "This is the first time that we see a convergence of the following trends – multigenerational family members working together, and UHNWIs and their families increasingly reflecting more global views. We have also observed younger generations studying in the UK or US before coming back to Asia to work in the family business. They often bring back fresh perspectives and mindsets, which result in very different discussions. They encourage their families to rethink everything." In the end, however, it must be clear that in the world of finance one person's losses are usually another person's gains. In this sense it is hardly surprising that while 28% of the respondents in a global survey place expected transfer of wealth to feature among their three major concerns, another 23% view it as "an exciting opportunity" (Knight Frank, 2021, p. 14).

3. Current issues and future challenges

It must be obvious already that not all news from the pandemic year 2020 are so positive for the PWM industry. Certain financial results arouse justified concerns and further sharpen the attention to alarming trends which had been observed even before Covid-19. Among the key problems expected are high operating costs [6]. For example, although globally wealth managers' income grew by 1.8% in 2020, costs also rose by 1.4% (Accenture, 2021, p. 43). The small difference suggests that in the foreseeable future costs can potentially "cannibalize" income as a result of various digital customer service channels, investment in a variety of IT programs, raising consultants' remunerations, etc. In addition, the "dangerous proximity" between income and costs makes the institutions within the sector largely vulnerable to future exogenous financial shocks.

As a matter of fact, even now companies in the PWM industry experience serious cost pressure illustrated by the extremely high values of the Cost/Income ratio. Participants in a survey of 2020, for instance, reported C/I ratios of between 40% and 115%, with an average value of 70% (Orbium, 2020, p. 9). This problem is particularly acute in European private banks, where in 2019 the ratio grew again reaching 71% - the highest level since 2012. In addition, one in five institutions practically ends up as economically unviable with C/I values of over 100% (McKinsey, 2020).

The negative trend in the key indicator of effectiveness highlights the lack of economy of scale in the operating models of market participants and can be explained from various viewpoints. On the one hand, there is a sustainable trend of costs growing in various directions – marketing and sales, middle and back office activities, etc. The costly compliance also exercises significant pressure, particularly upon European financial institutions, which were forced to operate in a complicated regulatory landscape, focused on client data protection and ensurance of more transparent pricing. On the other hand, most traditional private banks continue to be heavily dependent on legacy IT systems and complex processes, which, apart from contributing to keeping operating costs to a "consistently

high” level, make banks seriously vulnerable to cyber attacks, which often result in even bigger financial and reputational damages. Concurrently, profit margins also keep falling as a result of several major factors: assets under management shifting towards the UHNWI segment, which is characterized by lower margins, incomes from discretionary mandates getting compressed, low interest rates, the dynamic development of low-cost digital business model, as well as certain regulatory changes (Strategy&, 2021, p. 4). And last, but not least, a large share of private banks (particularly in Europe) seem to be unable to take advantage of the favourable market conditions and achieve a more significant increase in assets under management.

A report by McKinsey on the PWM sector in North America also adds that despite sustainable client retention in 2020, the road ahead seems insecure for several major reasons (McKinsey, 2021a).

First, total growth of assets under management continues to depend mostly on the situations developing on the dynamic financial markets, as attracting new clients seems to be in stagnation. In particular, in 2020 a consultant generally started 7.4 new relationships with clients, which is (albeit modest) a decline compared to a highest of 8.1 in 2018. To a large degree the inertness in attracting new clients is understandable in times of social distancing, as, no matter how well digital channels function, they are not at all a good choice for the first stages in the complex service offered to a very rich client.

Second, income growth lags considerably behind assets-under-management growth.

Third, the ageing client base limits the opportunities for profits, because elderly people are more conservative in their investments, are not open to fee-based products (which are a key driver of growth), and, as a rule, are more likely to withdraw from their accounts than feed them. According to other opinions, however, retirees, one of the world’s most dynamically developing demographic groups, are a very attractive market segment, which as of 2021 owns \$29.3 trn in financial assets, with the potential to exceed \$40 trn in 2025, as a consequence of the constantly increasing average life expectancy. Yet financial consultants often put an end to interactions once their clients reach the medium or late stage of their “third age” – a dismissive attitude resulting in lost benefits for the PWM provider (BCG, 2021, p. 36).

Fourth, within the sector there is constant pressure on pricing models and fee amounts, which is motivated by demographic changes and the appearance of low-cost hybrid competitive offers. Because of this push, private banks cannot sufficiently avail of certain positive trends reported in 2020. So, for example, after a long period of decline, it was exactly during the pandemic that a revival of stock trade was registered, resulting from clients’ wish to rebalance their portfolios under conditions of growing markets. This heightened activity, however, is counterbalanced by the continuing drop in fee amounts and trading brokerage commissions. According to another research, it is North America where the sharpest margin shrinkage is observed, although, on the other hand, private banks there are in a better position to rally after the fall, owing to their higher pre-crisis profitability (Strategy&, 2021, p. 4).

Another challenge made even more acute by the crisis is the difficulties most private banks come against when they generate organic growth. It turns out the sector’s good results largely stem from two other reasons – the natural process of assets gaining in price, also triggered by the relatively high inflation, and the accelerated processes of acquisitions and take-overs. A survey published in 2021 points out that three of the five best performing banks according to criterion “growth of assets under management” have achieved these results following the acquisitions that were carried out. This relative lack of organic growth is particularly visible in private banks’ “most beloved” segments – very high- and ultra- high- net worth individuals (Strategy&, 2021, p. 2-3).

It has to be borne in mind that in the wealth management business average values are often misleading and result in wrong conclusions, which is perfectly logical for an industry which

simultaneously serves persons from “the lowest rungs” of wealth, with relatively basic needs, and multi-billionaire families, whose needs come closer to those of institutional investors. Data from the last few years undoubtedly point out that critical mass continues to be of key importance to financial results. Here are some points to confirm this statement. With wealth-management providers in Europe there are substantial differences in the values of the Cost/Income ratio – with smaller providers this indicator reaches an average of 99% which is double that of the large market participants (McKinsey, 2020). Assets under management also grow faster for the large and medium players (9.2% and 9.5% respectively on average per year), than with the smaller ones (6.2%) (Strategy&, 2021, p. 3). The industry also feature very significant regional differences. Thus, despite the common trend of growth for ultra-rich clients’ assets, in some parts of the world, such as Russia, Latin America and the Near East, a considerable slump is reported (Knight Frank, 2021, p. 10). As for the achieved financial results, North America is unquestionably in dominant position, with wealth managers in the region generating an income of \$150 bn in 2020 – nearly two thirds (64%) of total global volume (\$235 bn). Western Europe remains firmly tied to the second place with income of \$43 bn (18%). In view of the still relatively low level of penetration of wealth management financial institutions in Asia, this continent comes third with \$28 bn (12%) (BCG, 2021, p. 8).

Having in mind everything said so far, expectations about private banks’ future profitability can be defined as cautious. A report by Oliver Wyman and Morgan Stanley forecasts profit margins falling at industry level, since Covid-19 accelerates the drop of net interest spreads, while factors compressing incomes from fees and commissions, as well as from trading brokerage are still active (Oliver Wyman, Morgan Stanley, 2020, p. 7-8). In particular, in a long-term perspective profits from fees will continue to shrink because of the more aggressive pricing and the shift towards larger mandates which are traditionally associated with lower profitability. Another reason for the decrease in fees during the pandemic is that unstable markets can stimulate certain investors to raise their cash positions (McKinsey, 2020). Profits from trading brokerage, in turn, will fall below pre- crisis levels, as the competitive push for “zero commissions” is increasing and is going beyond North America. There are also expectations about continuous pressure on net interest margins, particularly for players with high exposure in US dollars, because of the zero-rate environment. At the expense of this, according to analysts, wealth will continue to grow in the future, thus creating new opportunities for wealth managers. However, the negative effects of Covid-19 will slow down multiplication of wealth. More precisely, the basic scenario described in the report outlines a 5% annual growth for the next five years, compared to the 7% observed over the previous five years. Besides, a bigger slow-down can be expected in the developed markets, whereas in the developing ones, there will probably be a bigger rise, driven mainly by net new money against the growth of GDP (Oliver Wyman, Morgan Stanley, 2020, p. 14-15).

Although it also predicts a certain slackening, BCG ‘s forecast is more optimistic: “The next five years may be stronger still. We see signs of an emerging economic recovery that could significantly expand prosperity and wealth between now and 2025. Over the next five years, North America and Asia (excluding Japan) will be the leading financial wealth generators in absolute terms, followed by Western Europe. Together, these three regions will account for 87% of new financial wealth growth worldwide between now and 2025.” Experts also foretell a change of leadership in crossborder wealth, namely that as early as 2023 Hong Kong will get ahead of Switzerland as the world’s biggest PWM reservation center. As for the income obtained by wealth managers, it is Asia where the biggest growth is expected, with incomes nearly doubling in five years’ time. Besides, by the end of the decade, China is quite likely to displace the US from its leading position in asset management for UHNWI (BCG, 2021, p. 5-25). On the other hand, accelerated growth in the low rungs of wealth (Africa and Asia in particular),

fueled by the evolving entrepreneurial spirit and technological capacities, will help reverse some of the growing inequalities of 2020 (Knight Frank, 2021, p. 16) [7].

Even higher expectations about the rise in global wealth are shared by the analysts of Credit Suisse: “Since the year 2000, global wealth in US dollars has increased at an average annual rate of 6.5%. Our projections envisage wealth growing at a slightly faster pace, averaging 6.9% per annum over the next five years.” As reasons for this optimistic vision the authors point out the direct link between the rise in wealth and the revised forecasts for a vigorous upsurge of the global GDP, in combination with the expected quick recovery of economic activity to pre-pandemic levels. The forecast for higher rates of growth in the developing countries is shared here as well, despite the negative trend observed in 2020. In all probability it will remain a one-off event, due to the fact, that at the height of the pandemic emerging economies were unable to offer generous support packages and credit facilities which are common in high-income countries. To a large extent they masked the actual results in these countries, generating wealth increase by means of inflation in asset prices (Credit Suisse, 2021, p. 27-33).

In the end, it is important to mention, that although in the height of the pandemic (May 2020) 55% of companies in the PWM sector declared negative impact of the crisis upon their business (Temenos, 2020, p. 7), at present optimism is back [8]. A year after the beginning of restrictions two thirds of companies expect the industry to recover from the crisis in less than two years, as the well moving asset prices compensate for the push on the margin and support further growth (Strategy&, 2021, p. 1). In another study of 2021 42% of executive directors of institutions dedicated to wealth and asset management claim they are “fully confident” in their company’s growth of income, compared to 29% a year before (PIONline, 2021). Certain discrepancies in the forecasts for the future development of wealth and the financial results of the institutions that manage wealth, once again emphasize the chaos and uncertainty the Corona virus has brought along.

Conclusion

Despite the negative prognoses from the first half of 2020, not even the pandemic managed to disrupt the sustainable growth rate of global wealth – a trend that is expected to continue over the next years as well. No matter how promising this prospect, wealth managers should view it entirely through the prism of their financial results. Although in 2020 results surpassed expectations, the high levels of dynamism and uncertainty pose a number of open questions about the long-term financial prosperity of the institutions in the sector. In other words, the continual increase of assets under management does in itself guarantee neither growth of income, nor achievement of sustainable organic growth. To avoid potential erosion of profitability, executive boards of private banks must develop a correct financial strategy, aimed predominantly at reducing the Cost/Income ratio. In the post-pandemic and increasingly competitive landscape, this is quite likely to become a key factor not so much for growth, but rather for the business’ long-term survival.

ENDNOTES

[1] Moreover, the speed of expanding private banks’ business over the last decade is truly unprecedented. In the third quarter of 2020, for example, US wealth management sector was evaluated at 29.1\$ trn – more than double that of 2010 (Aite Group, 2020).

[2] 2020 is also untypical in that while global economy suffered by the numerous Covid-19 waves, the market, (in particular during the second half of the year), reached new peaks on an almost daily basis, for several main reasons (Capgemini, 2021, p. 10). To begin with, the measures governments and central banks took, contributed for the quick restoration of investor confidence in the bright perspectives

for the future. Secondly, under conditions of pandemic- fueled global digitalization, shares of major hi-tech companies domineer the markets and are going on at incredible rates. By mid-2020 the five biggest S&P 500 companies - Apple, Amazon, Microsoft, Alphabet и Facebook – account for about 23% of the index – the highest concentration for at least 30 years. In this sense, it is logical that these companies influence market activity much more than the markedly poorer performers: energy industries and utilities, which at present account for less than 3% of S&P 500 (Mint, 2020). Thirdly, owing to the easy access to digital investment platforms, fresh funds from government incentive programs and the inevitably limited expenses on travel and entertainment, retail investors' liquidity grew, resulting in their substantial contribution to the overall market activity in 2020.

[3] It is important to note, that Asia (excluding Japan) is presently a hub of the largest wealth in real assets, comprising 64% of the total amount for the region (\$84 trn), followed by Western Europe (55%, \$64 trn). In comparison, In North America real assets amount to only 28% of wealth, while the remaining 72% (\$111 trn) are held in financial assets. Another interesting phenomenon is that real assets prevail as a share in the total wealth of developing markets (63%). The opposite is true for the mature markets, where financial assets account for a considerably larger proportion of wealth (59%) (BCG, 2021, p. 9). This is due to two main factors. On the one hand, developed countries have well- established financial markets, which are easily accessible to people, and on the other – they have stable currencies, which encourage rich people to keep positions in cash, deposits, securities and other financial assets. All these specific points pose a peculiar challenge for the large banks which offer wealth management services in a number of various regions and markets.

[4] These are persons who own assets worth at least \$1 m, excluding their main residence, collection items, consumables, and durable consumer goods. Analyses point out that for the prevailing part of wealth managers, it's the HNWI, as well as UHNWI who are the most important target groups. So, for example, 58% of the respondents in a 2020 questionnaire, all of them specialists in private banks, declare expansion among such clients a main priority for the growth of their institutions, against a mere 15%, dedicated to persons from “lower rungs” of wealth (Strategy&, 2021, p. 9). Purely financial considerations are not the only factor to direct PWM institutions to this strategy. The said strategy also allows them to concentrate in markets they know best, and to which their business model is calibrated, so as to achieve excellent results based on already existing relationships. In addition, this way private banks avoid direct competition with emerging players in wealth management. More concretely, the latter aim mostly at mass affluent segment with offers of robotized consultations, because the “higher” asset segments, resp. the needs of many and ultra-rich clients, are too complex and do not submit to standardized investment decisions (Vachkov, Valkanov, 2021, p. 12).

[5] An explanation for this behavior can be found in the numerous theories of social fear, which, although not an economic category, has financial implications (Naydenova, 2021).

[6] Of course, here we shouldn't forget the fact that operative cost in the sector are traditionally higher than those in any other branch of banking, as obtaining consultants of high expertise and the strict personalization of services does not come cheap, to begin with.

[7] Even though inequalities are not treated as an important factor of influence on PWM business, they can play a part indirectly, for example, through changes in tax policy to “punish” the rich. Private banks themselves could also make efforts towards reducing inequalities, especially under conditions of technological progress. An example to illustrate this is the development of a platform meant to provide a wide access to financial education.

[8] However, here is the place to mention the opinion of 22% of companies that their business was favourably influenced by the pandemic. In North America, in particular, only a few institutions report a negative impact.

REFERENCES

- Accenture (2021). *Towards the Markets of Tomorrow*,
https://images.info.accenture.com/Web/ACCENTURE/%7Bb16685fb-269d-464a-862d-29ee1a3f0080%7D_Accenture-Capital-Markets-Towards-Markets-of-Tomorrow.pdf?elqcst=272&elqcsid=647.
- Aite Group (2020). *New Realities in Wealth Management: Growth Amplifies Prior to the Storm*,
<https://aitegroup.com/report/new-realities-wealth-management-growth-amplifies-prior-storm>.
- BCG (2021). *When Clients Take the Lead*,
<https://web-assets.bcg.com/d4/47/64895c544486a7411b06ba4099f2/bcg-global-wealth-2021-jun-2021.pdf>.
- Capgemini (2021). *World Wealth Report 2021*,
<https://worldwealthreport.com/wp-content/uploads/sites/7/2021/07/World-Wealth-Report-2021.pdf>.
- Credit Suisse (2021). *Global wealth report 2021*,
<https://www.credit-suisse.com/media/assets/corporate/docs/about-us/research/publications/global-wealth-report-2021-en.pdf>.
- Ernst&Young (2021). *Where will wealth take clients next?*,
https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/wealth-and-asset-management/ey-2021-global-wealth-research-report-optimized-for-web-v2.pdf.
- Euromoney (2021). *Private Banking and Wealth Management Survey 2021: Banking's new engine*,
<https://www.euromoney.com/article/283f9d0hjyvirczn13fuo/wealth/private-banking-and-wealth-management-survey-2021-bankings-new-engine>.
- Financial Times (2021). *Choosing a wealth manager in the post-Covid world*,
<https://www.ft.com/PCWM21>.
- Knight Frank (2021). *The wealth report 2021*,
<https://content.knightfrank.com/research/83/documents/en/the-wealth-report-2021-7865.pdf>.
- McKinsey (2020). *The future of private banking in Europe: Preparing for accelerated change*,
<https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-future-of-private-banking-in-europe-preparing-for-accelerated-change>.
- McKinsey (2021a). *The value of personal advice: Wealth management through the pandemic*,
<https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-value-of-personal-advice-wealth-management-through-the-pandemic>.
- McKinsey (2021b). *European Private Banking 2021*, <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/european-private-banking-2021>.
- Mint (2020). *Why did stock markets rebound from covid in record time? Here are five reasons*,
<https://www.livemint.com/market/stock-market-news/why-did-stock-markets-rebound-from-covid-in-record-time-here-are-five-reasons-11600234717919.html>.
- Naydenova, K. (2021). *Notions for fear*,
International Scientific Conference Investments in the Future 2021: proceedings, Varna: Varna Scientific and Technical Unions.
- Oliver Wyman, Morgan Stanley (2020). *After the Storm*,

<https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2020/jul/2020-Global-Wealth-Management-Report-After-the-Storm.pdf>.

Oliver Wyman, Morgan Stanley (2021). *Wealth & Asset Management: Competing for Growth*,
<https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/MSOW%20-%20Wealth%20and%20Asset%20Management%20Report.pdf>.

Orbium (2020). *Survive and thrive to 2025*,
<https://2r9q9940x53ocawm2jmnwugw-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/accenture-orbium-wm-c-level-survey-2020-final.pdf>.

PIOnline (2021). *PwC: Manager CEOs now consider cyberattacks as biggest threat*,
<https://www.pionline.com/money-management/pwc-manager-ceos-now-consider-cyberattacks-biggest-threat>.

Private Banker International (2021). *Wealth management set for banner year in 2021*,
<https://www.privatebankerinternational.com/opinion/wealth-management-set-for-banner-year-in-2021/>.

Strategy& (2021). *Private Banking Navigator: Accelerating change shapes the management agenda*,
<https://www.strategyand.pwc.com/de/en/industries/financial-services/private-banking-navigator/private-banking-navigator.pdf>.

Temenos (2020). *COVID-19: A Global Perspective on the Impact on Wealth Management*,
<https://www.temenos.com/wp-content/uploads/2020/08/aite-covid19-a-global-perspective-on-the-impact-on-wealth-management.pdf>.

UBP (2021). *Agility: a key to success in Swiss private banking*,
<https://www.ubp.com/en/newsroom/agility-a-key-to-success-in-swiss-private-banking>.

Vachkov, S., Valkanov, N. (2021). *Some aspects of regulatory optimizations in the financial sector*, Economics and management, Blagoevgrad: South-West Univ. Neofit Rilski, 18 (1), p. 1-18,
http://em.swu.bg/images/Spisanielkonomikaupload/Spisanielkonomika2021/SOME_ASPECTS_OF_REGULATORY_OPTIMIZATIONS_IN_THE_FINANCIAL_SECTOR.pdf.

ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ И НЕРАВЕНСТВО В УСЛОВИЯ НА COVID-19

Ас. д-р Цветомир Стоянов Цветков⁴

Резюме

Икономическата криза предизвикана от COVID-19 резултира върху икономическия растеж и неравенството, като БВП започна да се свива, а неравенството запази отново високите си стойности. Затова изпъква въпросът в условия на криза кой е факторът, който може да повлияе върху горе споменатите променливи. Отговорът е фискалната политика.

Целта на доклада е да се изследва, първо ефекта на фискалната политика върху неравенството и икономическия растеж, второ ефекта на БВП върху неравенството и трето ефекта на неравенството върху икономическия растеж.

Изследователският метод, който се прилага, за да се постигне поставената цел е метода на най-малките квадрати. Изследването е панелно и обхваща следните държави, които са членки на Европейския съюз, а именно Белгия, България, Чехия, Дания, Германия, Естония, Ирландия, Гърция, Испания, Франция, Хърватия, Италия, Кипър, Латвия, Литва, Люксембург, Унгария, Малта, Холандия, Австрия, Полша, Португалия, Румъния, Словения, Словакия, Финландия и Швеция

Ключови думи: фискална политика, икономически растеж, неравенство;

JEL код: D31; E62; F63;

Въведение

В условия на COVID-19 здравната криза се трансмира в икономическа криза, която обхваща реалният сектор. Първоначално кризата се прояви като криза на предлагането, но в динамиката на своето развитие формата на кризата промени своята същност и започна да се трансформира в криза на търсенето. Тази трансформация се реализира, защото здравната криза засегна най-много факторът труд, който е основен фактор от факторите на предлагането, които детерминират икономическия растеж. Така започна да се реализира едновременно свиване на икономическия растеж и запазващо се предимно високо ниво на неравенство. Връзката между неравенството и икономическия растеж е изследвана в икономическата литература от редица автори, но връзката между стимулирането на икономическия растеж в условия на COVID-19 и ефекта на икономическия растеж върху неравенството не е изследвана в литературата. Свиването на икономическия растеж в следствие на COVID-19 и провежданата целенасочена фискална дискреционна политика от държавите създава специфични особености и проявления на връзката между икономическия растеж и неравенството. От където изпъква основният проблем, който се разглежда в настоящото изследване. А именно стимулирането на икономическия растеж, чрез фискална дискреционна политика как резултира върху икономическия растеж и върху неравенството в условия на COVID-19, както и динамиката на икономическия растеж в условия на COVID-19 как въздейства върху неравенството.

Икономическият растеж, според неокласическият модел на Солоу (Solow, 1956) зависи от труда и капитала и фактори, които влизат в остатъчния компонент. Трудът и капиталът са основните източници на икономическия растеж, като тяхната пределна ефективност зависи от съотношението между вложеното количество на съответните фактори в производството и величината, с която тези фактори ще увеличат икономическия растеж. Следователно

⁴ Югозападен университет „Неофит Рилски“, Стопански факултет, Катедра: „Икономика“;

разпределението на създадената печалба, която се реализира като следствие от икономическия растеж и респективно като следствие от вложените величини на труда и капитала в производството обвързват икономическия растеж с неравенството, защото връзката между работната заплата и производителността на труда и връзката между капитала и неговата производителност логически обвързват икономическия растеж и неравенството. От тук следва, че неравенството би трябвало да се детерминира от съотношението между работната заплата и пределната производителност на труда. Следователно, ако заплатата отговаря на пределната производителност на труда, то неравенството би трябвало да се повлиява положително от нарастването на икономическия растеж и обратно, ако работната заплата не отговаря на пределната производителност на труда, то тогава увеличаването на икономическия растеж би трябвало да води до увеличаване на неравенството. Продължавайки в същия ракурс на разсъждения ясно се открояват две теоретични схващания. Първото е на Карл Маркс (Маркс, 1975), който чрез извеждането на принадлежната стойност успява да докаже, че труда има най-голямо участие в създаването на икономическия растеж, но капитала присвоява по - голямата част от създадената печалба, а труда взима много по-малка част от тази печалба, въпреки че пределната производителност на труда е много по-голяма от пределната производителност на капитала. Второто схващане е неокласическо и гласи, че с увеличаване на икономическия растеж се увеличава капитала и това увеличаване на капитала ще доведе до по-голямо наемане на работна сила и така фактически ще се увеличи производството на глава на нает работник. Въпреки това обаче увеличаването на пределната полезност от труда, спрямо производството няма да е еквивалентно на заплатата, която получава работника, защото в условия на капиталистическа икономика целта е да се максимизира печалбата (Lewis, 1954). Така се открояват две противоположни тези. Едната теза гласи, че нарастването на икономическия растеж в условия на капиталистическа икономика води до увеличаване на неравенството, а другата теза гласи, че с увеличаване на икономическия растеж неравенството намалява, въпреки че продължава да съществува. Така изпъква диалектика в разбирането за ефекта на взаимодействието между икономическия растеж и неравенството, но именно тази диалектика ражда постмодерното разбиране, че двете противоречиви тези стигат до общ извод и този извод е, че съществува връзка между икономическия растеж и неравенството, която връзка е фундаментална за обществено – икономическото развитие. Интересен е извода, който извежда Люис (Lewis, 1954), че неравенството може да се увеличава при условие на увеличаващ се икономически растеж, защото маргиналната печалба е различна за различните фирми и за различните структурни и регионални сектори на капиталистическата икономика. Вложената идея в това твърдение на Люис е, че фирмите, реализирайки различни печалби биха предлагали различни доходи на работниците, които са заети в тях и съответно се създава неравенство. Така изведената идея кореспондира изключително силно с ефекта, който има епидемията от COVID-19 върху секторите на икономиката. В условия на COVID-19 има сектори, които понасят кризата изключително тежко и други сектори, които се развиват и това именно съответства на тезата на Люис.

Друга идея, която се развива от неокласическата теория и от Люис е, че в неразвити икономики не може да се говори за бедност и да се посочва, че има ниски спестявания. Според него ниските спестявания не корелират с бедността, а са следствие от това, че дела на печалбата в икономическия растеж е малък. Следователно увеличаването на печалбата като дял от темпа на нарастване на икономическия растеж би довело до увеличаване на спестяванията и

инвестициите (Lewis, 1954). Следователно може да се изведе разсъждението, че увеличаването на дела на печалбата на капитала като дял в икономическия растеж би довело до намаляване на неравенството. Развитостта на икономиката е важна детерминанта относно влиянието на икономическия растеж върху неравенството. Според Кузнец (Kuznets, 1955) в неразвитите икономически страни между икономическият растеж и неравенството има обратно пропорционална зависимост, която се изразява с това, че с повишаване на икономическия растеж неравенството намалява. Също така във взаимодействието между икономическия растеж и неравенството голямо влияние оказва наличието или отсъствието на средна класа. В слабо развитите държави средната класа отсъства и затова може да се реализира нарастване на икономическия растеж и едновременно с това да нараства и неравенството. Тази правопрпорционална динамика се проявява, когато данъчното облагане е пропорционално. Докато при развитите страни наличието на средна класа и прогресивно данъчно облагане благоприятства за позитивно влияние на нарастването на икономическия растеж върху неравенството.

Връзката между икономическият растеж и неравенството се осъществява, чрез преразпределението. Именно затова Калдор (Kaldor, 1956), като разглежда класическата, неокласическата и кейнсианската теоретични концепции извежда тезата, че ефекта на икономическия растеж върху неравенството се реализира в зависимост от начина на данъчното преразпределение и негъвкавостта на заплатите.

Връзката между неравенството и икономическият растеж в отворена икономика се определят и от международната търговия. Участието на международните пазари ускорят икономическия растеж, но и засилват различията между икономическият растеж на различните държави, както и печалбите на различните фирми се диференцират. Това води неизбежно до по-голямо неравенството на доходите както между различните държави, така и между доходните групи в дадена държава (Wood & Ridao-Cano, 1999). Също така влиянието на икономическия растеж върху неравенството се детерминира и от технологиите и човешкият капитал, като логиката, която развива Тео С. Айхер (Eicher, 1996) е, че технологиите водят до по-висок икономически растеж, което води до по-високи заплати за квалифицирания човешки капитал. Интуитивният ракурс на движение на логиката на Айхер ясно показва, че по-големият икономически растеж, който се възпроизвежда от технологиите де факто създава неравенство, защото квалифицираната работна ръка, която е заета във високотехнологичният сектор ще си увеличи доходите, но ниско квалифицираната работна сила не само няма да увеличи своите доходи, а и ще изпитва все по-големи трудности да реализира изобщо доходи.

Държавната политика и поставените от нея цели и използваните от нея инструменти за постигането на конкретната цел детерминират връзката между икономическият растеж и неравенството, като типа на данъчно облагане и бюджетните разходи могат да увеличат или свият дохода на глава от населението. Данъчната ставка върху доходите е важен инструмент, който увеличава или намалява неравенството. Затова Серджо Ребело (Rebello, 1991) посочва, че провежданата държавна политика до голяма степен определя дохода на глава от населението и именно държавната политика е факторът, който води до диференциран икономически растеж между две държави, които в даден времеви период са били на едно равнище.

Влиянието на икономическия растеж върху неравенството се детерминира до голяма степен от демографската структура на населението в конкретната страна. Увеличаващото се

възрастно население, спрямо населението, което влиза в младежка и средна възраст води до по-нисък икономически растеж, което задълбочава неравенството (Deaton & Paxson, 1997).

Икономическият растеж зависи от провежданата монетарна политика. Следователно лихвените проценти оказват влияние върху икономическия растеж, който от своя страна влияе върху неравенството. От тук следва, че лихвените проценти оказват влияние върху неравенството. Според Пикети (Piketty, 1997) движението на богатството зависи от величината на лихвените проценти, т.е. разпределението на богатството зависи от това дали са високи или ниски лихвените проценти, когато са по-високи лихвените проценти се забавя движението на богатството, което означава, че високите лихвени проценти създават по-голямо неравенство, въпреки че може да се реализира увеличаващ се икономически растеж.

В условия на COVID-19 насърчаването на икономическия растеж е основна цел на фискалната политика, но постигането на икономически растеж се определя и от неравенството, защото неравенството в доходите освен, че се детерминира от икономическия растеж в същото време и детерминира икономическият растеж. Затова е важно да се оцени не само влиянието на фискалната политика върху икономическия растеж в условия на COVID-19 но и влиянието ѝ върху неравенството и как неравенството влияе върху икономическия растеж. Неравенството е специфична променлива, която проявява силно динамично и диференцирано влияние върху икономическия растеж. Диференцираното влияние на неравенството върху икономическия растеж е следствие от основния фактор, който детерминира икономическият растеж. В този контекст Галор и Моав (Galor & Moav, 2004) развиват тезата, че в исторически план факторите, които влияят върху икономическия растеж се променят, като в началните етапи на развитие на икономиката влияние оказва физическият капитал, а в зрелите етапи на развитие на икономиката основният фактор, който детерминира икономиката е човешкият капитал. Именно промяната на основния фактор, който влияе върху икономическия растеж води до промяна на ефекта на неравенството върху икономическия растеж. Според авторите неравенството детерминира положително икономическият растеж, когато физическият капитал е основният фактор на икономическия растеж. Следователно, когато човешкият капитал става основен фактор на икономическия растеж неравенството реализира неблагоприятно влияние върху икономическия растеж. Изведената логика интуитивно води до разсъждението, че всъщност в условия на развитие на технологията и на производствения процес неравенството възпрепятства образуването на човешки капитал, защото качествено образование стои в основата на създаването на качествен човешки капитал, но при голямо неравенство в доходите възможността за получаване на добро образование от по-голямата част от обучаващите се намалява, поради неравенството. Следователно липсата на качествен човешки капитал води до ограничаване на икономическия растеж.

Неравенството зависи от степента на асимптотично равномерно разпределение на създаденото богатство, което е следствие от икономическия растеж, но според Стилitz в условия на несъвършен пазар създаденият съвкупен доход не се разпределя равномерно (Stiglitz, 1969). Разпределението на създадения доход в условия на криза е изключително важно, за да може да се постигне реален икономически подем и реална ефективност и ефикасност на използваните фискални инструменти.

В условията на COVID-19 прилаганата фискална политика, трябва да постига своята цел, която е стимулиране на икономическия растеж и намаляване на неравенството. Според Леонел

Муинело и Ориол Рока-Сагалес (Muinelo & Roca-Sagalés, 2011) е възможно постигането на икономически растеж и намаляващо неравенство с прилагането на фискална политика. Фискалната политика, трябва да се състои в реализирането на публични инвестиции, защото чрез този фискален инструмент се свива неравенството без да се свива икономическия растеж. Също така авторите извеждат тезата, че намаляването на неравенството води до увеличаване на икономическия растеж и увеличаването на икономическия растеж също води до намаляване на неравенството.

В настоящия доклад се изследват няколко важни корелации и регресионни зависимости. Първо се изследва ефекта на фискалната дискреционна политика върху икономическия растеж и неравенството в условия на COVID-19. Второ се изследва ефекта на икономическия растеж върху неравенството в условия на COVID-19. Трето се изследва ефекта на неравенството върху икономическия растеж в условия на COVID-19. Изследването на корелациите и регресионните зависимости между описаните по-горе променливи се реализират, чрез панелни данни, които се характеризират с напречно сечение. Панелните данни включват следните държави, а именно Белгия, България, Чехия, Дания, Германия, Естония, Ирландия, Гърция, Испания, Франция, Хърватия, Италия, Кипър, Латвия, Литва, Люксембург, Унгария, Малта, Холандия, Австрия, Полша, Португалия, Румъния, Словения, Словакия, Финландия и Швеция. Така избраните държави, де факто са част от Европейския съюз и се предполага, че проявата на ефектите от силата и посоката на взаимодействието между фискалната политика, икономическия растеж и неравенството би трябвало да са в минимална степен сходни, т.е. предполага се, че примерно предприетата фискална политика във всички държави дава сходен резултат върху икономическия растеж, което означава, че примерно във всички държави се отчита експанзионистична и дискреционна фискална политика, която води до положителен ефект върху икономическия растеж, разбира се отчетено е, че сходимостта не е абсолютна, защото величината на държавните разходи в разглежданите държави е различна, както и ефекта от фискалната политика върху БВП е различен, т.е. в някои държави растежа предизвикан от държавните разходи е по-голям, но въпреки това тенденцията е, че дискреционната фискална политика води до положителен ефект върху БВП. Следователно развитата логика позволява да се създаде панелно изследване от посочените по-горе държави. Статистическите данни са годишни и обхващат периода 2020 г., защото през посочената година фактически се развива пандемията и реално засяга икономическия растеж и неравенството. Източника на данни е Евростат.

Методология

Променливите, които участват в конструирането на регресионния модел са: БВП по пазарни цени, Джини коефициента и съвкупни държавни разходи. Емпиричният анализ включва дескриптивен и регресионен анализ.

Регресионният анализ може да бъде описан със следните няколко еднофакторни линейни уравнения:

$$GDP = \alpha + \beta GEX + \mu \quad (1)$$

$$GINI = \alpha + \beta GEX + \mu \quad (2)$$

$$GDP = \alpha + \beta GINI + \mu \quad (3)$$

$$GINI = \alpha + \beta GDP + \mu \quad (4)$$

Където : GDP - Брутен вътрешен продукт, GINI – неравенство в доходите, GEH – държавни разходи, α , β са регресионни коефициенти, μ - остатъчен член.

Уравнения (1), (2), (3) и (4) изразяват взаимодействието между фискалната политика, икономическият растеж и неравенството и пораждащите се ефекти от това взаимодействие.

Достоверността на регресионните модели изисква да е в сила нормално Гаус-Лапсово разпределение, което математически може да се запише:

$$E(Y_t) = E(Y_{t-s}) \leq \mu \quad (5)$$

Където : $Y_t, \dots, Y_{t-s}$ са значенията на съответните променливи, които участват в панела във времето. Уравнение (5) изисква да е в сила неравенството $H_1 : y \leq 0$.

Първичната извадкова съвкупност ще се изследва за наличие на случайна компонента и неподвижността на признаците във времето със следните тестове : Levin, Lin & Chut, ADF - Fisher Chi-square, PP - Fisher Chi-square. Освен нормално Гаус – Лапсово разпределение, трябва да са в сила уравненията:

$$\sigma_t^2 = \sigma^2 h(z_t' \alpha) \quad (6)$$

Уравнение (6) постулира, че трябва да има наличие на постоянни дисперсии на остатъчния член в уравнението.

$$[\text{cov}(y_t, t_{t-s}) = \text{cov}(y_{t-j}, y_{t-j-s}) = y_s] \quad (7)$$

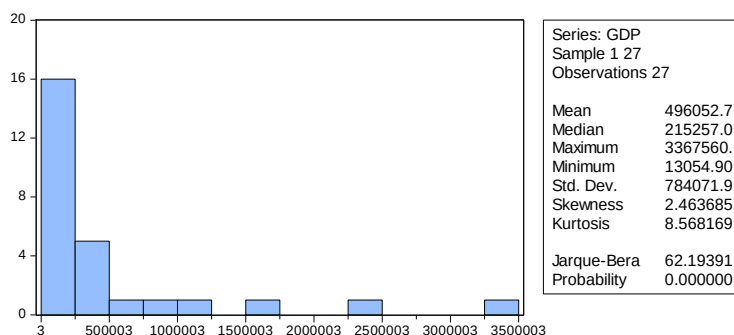
Уравнение (7) илюстрира, че отклоненията на остатъците на всяка двойка от променливите са независими едни от други.

Резултати

Икономическият растеж през 2020 г. е силно и неочаквано детерминиран от внезапно избухналата пандемия от COVID-19.

Дескриптивен анализ на БВП за 2020 г.

Фигура 1



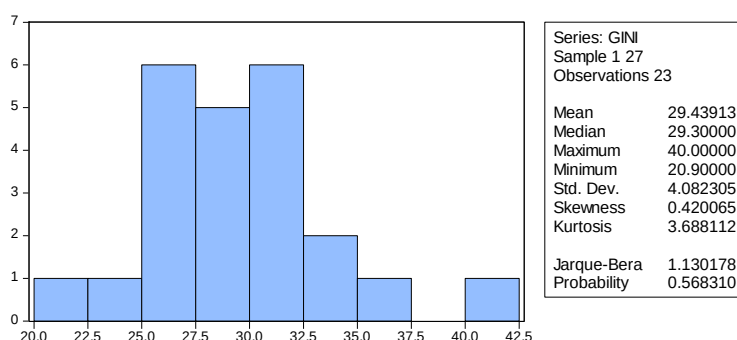
Източник: изчисления на автора

Породената несигурност от избухналата пандемия COVID-19 резултира в развитието на БВП, създава силна асиметрична динамика, която е в следствие от отклонението на текущите от средните стойности, което разминаване ясно изпъква от стандартното отклонение. Асиметрията е положителна, но изключително изявена, както и ексцесът е или над нормалното разпределение или под нормалното разпределение. Медианата, модата и стандартното отклонение, илюстрират, че асиметрията, въпреки че е положителна извежда централната тенденция на БВП, която централна тенденция се характеризира с неравномерно разпределение и което неравномерно разпределение на централната тенденция се препотвърждава и от ексцесът. Извода е, че централната тенденция, която се възпроизвежда от БВП в условия на COVID-19 е положително асиметрично свиване, което се дължи от една страна на икономическата несигурност породена от COVID-19, която води до свиване на БВП, а положителния ефект върху овладяването на негативната тенденция на свиване на БВП се проявява като следствие от предприетите правителствени мерки, които прилагат експанзионистична дискреционна фискална политика.

Кризата предизвикана от COVID-19 оказва и въздействие върху неравенството, защото безработицата се увеличава. Също така, дори тази част от заетите, които се възползват от предприетите антикризисни мерки за запазване на заетостта реализират намаляване на располагаемият доход, защото не получават пълното възнаграждение, което са получавали преди избухването на здравната и икономическа криза. Именно поради тази логика, трябва да се направи дескриптивен анализ на централната тенденция на развитие на неравенството в условия на COVID-19.

Дескриптивен анализ на Джини коефициента за 2020 г.

Фигура 2



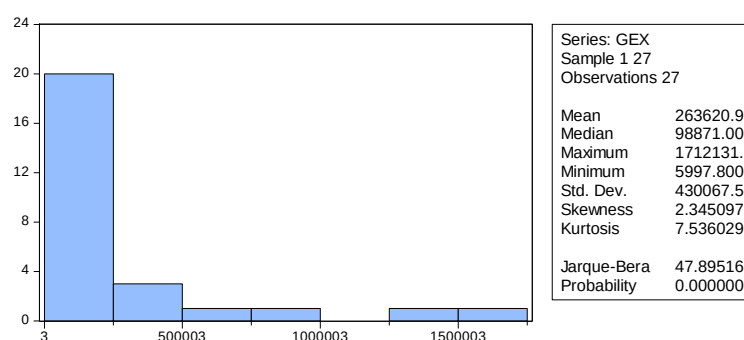
Източник: изчисления на автора

Пандемията влияе върху величината на Джини коефициента като запазва неравенството постоянно и с преобладаващо симетрично, но бимодално разпределение, което означава, че се наблюдават два момента на развитие при централната тенденция на разпределение. Текущите стойности не се различават от средните стойности и стандартното отклонение е малко. Ексцесът, също както стандартното отклонение съвсем малко се отклонява от нормалната средна стойност на асиметричното разпределение. Ясно изпъква емпиричният аргумент, че в случая централната тенденция на неравенството запазва почти равномерно разпределение, което обаче показва, че въпреки провежданата фискална дискреционна политика неравенството не променя своята величина, а остава в размери, които са били преди пандемията. Ексцесът и стандартното отклонение показват, че между двете моди съществува отклонение от 4 процента на Джини индекса, което е разлика от два пъти между най-ниските и най-високите стойности на

неравенството. Като средните стойности на Джини индекса са със стойност на индекса 29. Следователно от изведените дискрептивни резултати може да се заключи, че неравенството през 2020 г. проявява централно тенденция на симетрично бимодално запазване на стойности, които не се влияят от фискалната политика и икономическият растеж. Това заключение все още не би могло да се приеме за доказано. Така остава въпросът дали така изложената теза ще се потвърди или не при регресионият анализ.

Дескриптивен анализ на Държавните разходи за 2020 г.

Фигура 3



Източник: изчисления на автора

Динамиката и волатилността на развитие на коронавирус пандемията провокира положителната асиметрия в реализираната величина на държавните разходи, която се потвърждава от значителното стандартно отклонение и ненормално разположения ексцес. Също така се наблюдава хипер разминаване между средните и текущите стойности на величината на държавните разходи. Следователно централната тенденция в развитието на величината на държавните разходи е силно изразено положителна асиметрия, която напълно отговаря на цикличната динамика и на динамиката на БВП. Така изведеното заключение е напълно приемливо, защото провежданата фискална политика не би следвало да се характеризира с симетричност, защото дискреционната фискална политика се детерминира от икономическата цикличност, а цикличността не е симетрична, а е по-скоро асиметрична.

Таблица 1

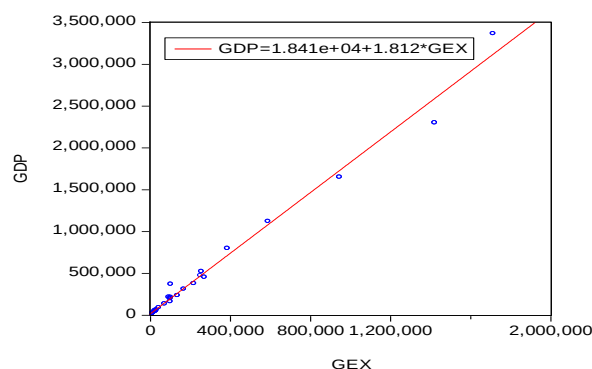
Групов тест за нормално Гаус-Лапсово разпределение на БВП, Джини коефициента и държавните разходи

Тестове	Статистика	Вероятност
Levin, Lin & Chu	-5.23406	0,000
Im, Pesaran and Shin W-stat	-5.71606	0,000
ADF - Fisher Chi-square	39.5084	0,000
PP - Fisher Chi-square	39.5053	0,000

Източник: изчисления на автора

Важно е да се установи дали статистическите съвкупности и признаците в тях на разглежданите променливи отговарят на условието за нормално Гаус-Лапсово разпределение. Установява, че е в сила неравенството $H_1: \alpha \leq 0$, което означава, че съвкупните статистически извадки от напречно сечение на БВП, Джини коефициента и държавните разходи отговарят на критерия за нормално Гаус – Лапсово разпределение.

Влияние на държавните разходи върху БВП през 2020г. Фигура 4



Източник: изчисления на автора

Показатели за адекватност на уравнение (1)

Таблица 2

Adjusted R-squared	0.987166
Durbin-Watson stat	2.218863
F-statistic	2000.904 (0.000000)
Breusch-Pagan-Godfrey	0.0000
p-value	0.0000
Chi-Square value	0.0000
Chi-Square value	

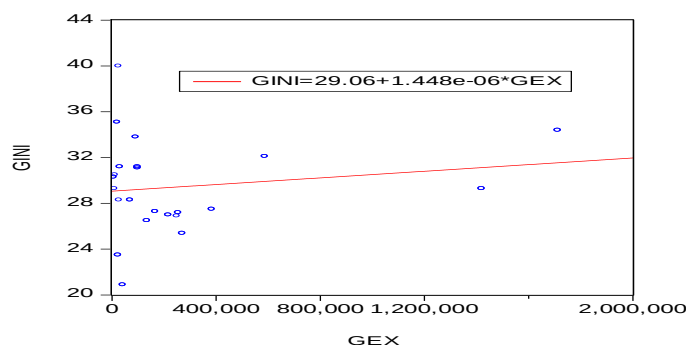
Източник: собствени изчисления

Резултатите от влиянието на държавните разходи върху БВП могат да се приемат за адекватни (таблица 2).

Провежданата експанзионистична дискреционна фискална политика оказва положително влияние върху икономическия растеж. Рецесионният шок, който създава пандемията от COVID-19 бива овладян от провежданата фискална политика от правителствата в разглежданите държави. Основен инструмент се явяват държавните разходи, които като използван инструмент реализират добра ефикасност. Увеличаването на държавните разходи с един милиард евро води до увеличаване на БВП с 800 млн. евро, което означава, че ефикасността на държавните разходи е 80 процента, т.е. възвръщаемостта от направените държавни разходи е изключително висока. От друга страна увеличаването на държавните разходи води до увеличаване на БВП с 1 милиард

и 800 милиона евро, което в краткосрочен период е висока ефективност, която регистрира разходният мултипликатор. Държавните разходи са високо ефективен и ефикасен фискален инструмент, който детерминира 98 процента от растежа на икономиките на държавите в ЕС в условия на икономическа и здравна пандемия. Следователно прилаганата фискална експанзионистична политика влияе положително върху икономическия растеж в условия на COVID-19, като постига целта си да овладее негативните икономически процеси и да стимулира нарастването на БВП. Обаче тук възниква въпросът фискална експанзионистична и дискреционна политика влияе ли върху неравенството в условия на COVID-19.

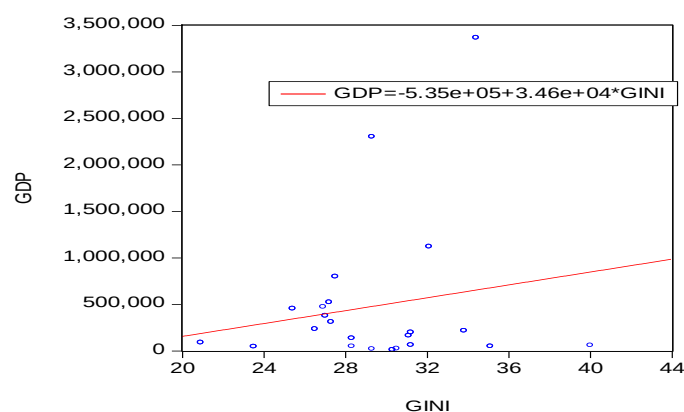
Влияние на държавните разходи върху неравенството през 2020г. Фигура 5



Източник: изчисления на автора

В условия на здравна и икономическа криза увеличаването на държавните разходи не възпроизвеждат статистически значима ефективност и ефикасност върху неравенството (Фигура 5). Следователно провежданата експанзионистична дискреционна фискална политика не е насочена към доходите, а изцяло е насочена към стимулирането на бизнеса и чрез него евентуално да се стимулира потреблението и доходите. Следствието ясно изпъква и то е, че има запазващо високо ниво на неравенството. Поддържането на неравенството на предимно високи нива в условия на здравна и икономическа криза поставя въпросът дали неравенството влияе върху икономическия растеж.

Влияние на Неравенството върху икономическия растеж през 2020г. Фигура 6

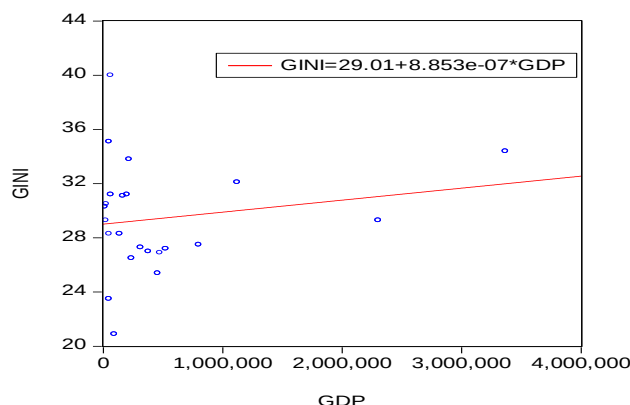


Източник: собствени изчисления

През разглежданият период Джини коефициента не оказва статистически значимо влияние върху икономическия растеж, което най-вероятно се дължи на това, че периода е краткосрочен, за да се проявят ефекти от неравенството към икономическия растеж (фигура 6).

Икономическият растеж, когато реализира увеличаване би трябвало да води до свиване на неравенството, но в условия на COVID-19, такъв ефект не се реализира (Фигура 7). Интересно е, че нарастването на БВП, като следствие от провежданата експанзионистична фискална политика не води до статистически значимо влияние на БВП върху неравенството.

Влияние на БВП върху Джини коефициента през 2020г. Фигура 7



Източник: собствени изчисления

Този емпиричен резултат може да се дължи на различни фактори, като например, че увеличаването на БВП се проявява по-скоро като овладяване на кризисните процеси, отколкото, като реален икономически растеж. Тази извод всъщност може да се подкрепи от логиката, че се реализира нарастване на номиналния БВП, а не на реалния БВП, т.е. номиналния БВП нараства повече от реалния и затова липсва какъвто и да е ефект върху неравенството.

Дискусия

Икономическият растеж в условия на COVID-19 неизбежно реализира спад, който спад бива овладян от провеждането на експанзионистична фискална политика. Следователно експанзионистичната дискреционна фискална политика оказва положително влияние върху икономическия растеж, като не само овладява неговият спад, но и успява да го стимулира и БВП обръща тенденцията си на движение към възходящ тренд. Обаче реализираните фискални мерки по-скоро оказват влияние върху номиналния БВП, отколкото върху реалния БВП. Това означава, че най-вероятно номиналният БВП нараства по-бързо от реалния БВП, което в условия на криза е напълно логично. Тук, обаче именно възниква въпросът, защо номиналният БВП нараства по-бързо от реалния БВП. Този процес се дължи на факта, че с отпуснатите средства от държавата под формата на държавни разходи се стимулира предимно запазването на печалбата на бизнеса, а не стимулирането на образуване на основен капитал и величината на производство на стоки и услуги да възлиза на предкризисните си нива.

Дискреционната фискална политика постига своята цел да стимулира БВП, но икономическият растеж и фискалната политика не успяват да въздействат върху неравенството. Този емпиричен резултат води до следното възможно обяснение. А именно, че стимулирането

на БВП се реализира, чрез държавни разходи, които имат за цел да стимулират бизнеса, който обаче не създава условия за запазване на целия доход на заетите и не се запазват предкризисните нива на заетостта, което води до запазване на неравенството на високи нива. Също така ясно се вижда, че основно мерките за преодоляване на икономическата криза в условия на COVID-19 са насочени към стимулиране на бизнеса, а не на заетите, защото бизнеса усвоява дадените му държавни помощи за запазване на нормата на печалбата, а не за запазване на заетостта.

Неравенството не влияе върху икономическия растеж в условия на COVID-19. Този резултат показва, че в условия на COVID-19 икономическия растеж не само не зависи от вътрешното потребление, но и не разчита на вътрешното потребление, като фактор, който би стимулирал неговия растеж. Основният фактор, който стимулира икономическия растеж са държавните разходи.

Заклучение

Икономическият растеж в условия на COVID-19 бива положително повлиян от провежданата експанзионистична и дискреционна фискална политика. Следователно дискреционната фискална политика е ефективен и ефикасен инструмент, на който може да се изгради антицикличната макроикономическа политика. В същото време, обаче експанзионистичната фискална политика не повлиява върху неравенството, което води до довода, че реализираните държавни разходи като помощи за бизнеса по-скоро водят до запазването на колкото се може по-голяма норма на печалба, но не водят до запазване на предкризисните нива на заетостта или поне запазването на осемдесет процента от предкризисната заетостта, което детерминира запазването на високи нива на неравенството. Следователно препоръката, която може да се отправи към антицикличната макроикономическа политика е дискреционната фискална политика да прилага инструменти, които водят до запазване на колкото се може по-голяма заетост и по-малка норма на печалба на бизнеса и по този начин ще се стимулира едновременно нарастване на БВП и намаляване на неравенството. Също така фискалната политика, трябва да се стреми да запази доходите на предкризисни нива, но не доходите на дадена доходна група да се увеличават, а на друга доходна група да намаляват.

Настоящият доклад поставя един важен въпрос как фискалната политика влияе върху икономическия растеж и неравенството в условия на COVID-19. Направеният опит да се даде отговор, чрез емпирични аргументи на поставения по-горе въпрос, по-скоро разкрива още повече детайли, които трябва да бъдат изследвани. Именно, затова представеното изследване няма претенции, че е изчерпателно и, че е разгледало всички аспекти на икономическия растеж и неравенството в условия на COVID-19 .

Литература

- Deaton, A. S., & Paxson, C. H. (1997). The Effects of Economic and Population Growth on. *The Demography of Aging*, 97-114.
- Eicher, T. (1996). Interaction between Endogenous Human Capital with Technological. *Review of Economic Studies*, 127-144.
- Galor, O., & Moav, O. (2004). From Physical to Human Capital Accumulation: Inequality and the Process of Development. *Review of Economic Studies*, 1001-1026.
- Kaldor, N. (1956). Alternative Theories of Distribution. *The Review of Economic Studies*, 83-100.

- Kuznets, S. (1955). Economic growth and income inequality. *American Economic Review*, 1-28.
- Lewis, W. (1954). Economic Development with Unlimited Supplies of Labour. *Manchester*, 139-191.
- Muinelo, L., & Roca-Sagalés, O. (2011). Economic Growth and Inequality: The Role of Fiscal Policies. *Australian Economic Papers*, 74 - 97.
- Piketty, T. (1997). The dynamics of the wealth distribution and the interest rate with credit rationing. *Review of Economic Studies*, 173-189.
- Rebelo, S. (1991). Analysis and Long-Run Growth. *The Journal of Political Economy*, 500-521.
- Solow, R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 65-94.
- Stiglitz, J. E. (1969). Distribution of Income and Wealth Among Individuals. *Econometrica*, 382-397.
- Wood, A., & Ridao-Cano, C. (1999). Skill, Trade and Internationally Inequality. *Oxford Economic Papers*, 89-119.
- Маркс, К. (1975). *Капиталът*. София: Партиздат.

ВЛИЯНИЕ НА ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЪРХУ МАРКЕТИНГОВИТЕ КОМУНИКАЦИИ

гл. ас. д-р Динка Златева⁵

Резюме

Последните две десетилетия бележат значителни промени в маркетинга. Днес хората прекарват голяма част от времето си в Интернет. Бизнес пейзажа е променен до неузнаваемост в резултат на големите данни, като маркетинговата индустрия е силно засегната от това. Големите информационни потоци позволяват по-лесно да се разпознава поведението на потребителите и създават възможност за по-добро разбиране на нуждите на клиентите и максимално адаптиране на продуктите решения към техните очаквания. Технологичната среда създаде условия за маркетинговете да разгърнат своя потенциал, като днес повече от всякога могат да се отправят изключително таргетирани послания, които да достигат до правилната аудитория. Дигиталната ера дава равен страт за всички компании и това открива хоризонти за предприемаческата дейност и инициативността в бизнеса.

Ключови думи: големи данни, дигитален пейзаж, дигитални маркетингови комуникации

Jel Codes: M31, M37

Въведение

Технологичната среда промени света на хората. Потребителят е силно зависим от технологиите, изискванията му са по-завишени и очаква повече предложения и възможности. Както всяка индустрия, така и маркетинговата е изправена пред предизвикателството да трансформира радикално своите подходи, за да отговори на промяната в потребителските навици, търсенето на креативни начини за достигане до аудитории, управление на взаимоотношенията с клиентите, използване на потребителския потенциал за съвместно търсене и реализиране на решения, автоматизация на продажбите и др. Новата среда за развитие на бизнеса формира нов бизнес пейзаж, повлиян от големите данни. Нарасналата нечувствителност на потребителите към прилаганите традиционни маркетингови прийоми, промяната в навиците им на информиране, както и изместването на фокуса при осъществяване на взаимоотношения, изисква от маркетинговете да се учат в хода на случващите се промени, като максимално бързо трябва да се приспособят за работа в среда, която осигурява възможности за по-прецизно дефиниране на потребителските нужди и предвидимост в поведението.

Епоха на големите данни

Дигиталните технологии разместиха пластовете на традиционните медии, като трайно се настаниха във фирмените маркетингови стратегии, налагайки тенденция за насочване на усилия и ресурси от традиционния маркетинг към маркетинг на позволения, в който фокусът е върху осигуряване на правото на избор на потребителя да предприема конкретни действия в онлайн среда. Много компании днес преоткриват ежедневно приносят на един мощен ресурс, който самите те и техните клиенти създават всеки ден и това са данните. Развитието на технологиите позволи на бизнеса да очертае ясно рамките на своето пазарно поведение в съответствие с новите

⁵ Югозападен университет „Неофит Рилски“, Стопански факултет, Благоевград, катедра „Мениджмънт и маркетинг“, e-mail: didi210@swu.bg, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2227-7871>

реалности. Възходът в развитието на изкуствения интелект създаде предпоставки за компаниите да подобрят процеса на вземане на решения и да се прекроят използваните бизнес модели и екосистеми, които да бъдат в полза за потребителите чрез добавяне на стойност и повишаване на потребителското преживяване. (Duan, Edwards & Dwivedi, 2019, pp, 63-71) Това обяснява защо в последните години една от най-важните области за изследване са големите данни и влиянието им върху индустриите. Обемът на данните изключително се е увеличил в резултат на развитието на технологиите за генериране, извличане, адресиране и съхранение на данни, особено за свързаните устройства на Интернет на Нещата (IoT), наред с новите технологии за бази данни. (Wang, Wang, 2020) Днес всичко е свързано с всичко останало, но това изправя компаниите пред уязвимост от системни рискове. (Özdemir, Hekih, 2018, p.65)

Ако големите данни не се филтрират от алгоритми, това ще доведе до информационен хаос. Според Ted Gross данните нарастват експоненциално всеки ден. Анализаторите трябва да подхождат към работата с разбиране на хаотичните системи. (Gross, 2015) Той отделя специално внимание на няколко основни аспекта, свързани с информационния хаос и анализирането на данни:

- Анализът на всички данни е част от хаотична система, като целта е да се открият тенденциите и моделите, които са скрити под повърхността. Установяването на връзките, причините и ефектите позволяват да се открие модела

- Винаги е възможно да възникнат събития, които да предизвикат объркване и да доведат до неочаквани резултати. Пример за това е появата на COVID 19 - неочаквана ситуация, която доведе до налагане на термина „новото нормално“

- Винаги да се подлага на съмнение, че дадено събитие е случайно;

- Всяка аномалия в информационния поток може да се окаже градивен елемент за откриване на нови модели и тенденции.

Дефинирането на основните характеристики на големите данни е в резултат на създаването на облачни технологии, Интернет на нещата и мобилния трафик. Големите данни позволяват да бъдат анализирани и предвидени бъдещи резултати и събития. (Obeidat, North, Richardson & Rattanak, 2015, pp. 47-56) “Големите данни се отнасят до набор от данни, чийто размер надхвърля възможностите на типичните софтуерни инструменти за бази данни да улавят, съхраняват, управляват и анализират”. (Manyika, Chui, Brown, Bughin, Dobbs, Roxburgh & Byers, 2011) Именно това доведе до увеличаване на софтуерните решения, които да класифицират функциите на големите данни. Според Невяна Кръстева внедряването на изкуствен интелект ще доведе до увеличаване на приходите и намаляване на разходите за производство и обслужване в маркетинга, като очакванията са около 70% от компаниите да възприемат под една или друга форма технологията до края на това десетилетие, като значителна част от големите компании ще се възползват напълно от нея. Голямото количество данни дава възможност за повече знания, които мениджърите да използват за вземане на решения, да оптимизират взаимоотношенията си с клиентите и да прилагат нови бизнес модели. (Zolnowski, Christiansen & Gudat, 2016)

Място на големите данни в маркетинговата индустрия

Големите данни оформиха маркетинговия пейзаж. Маркетингът е една от сферите на публичните комуникации, които продължават да се развиват с технологичния напредък. Изкуственият интелект е общ термин, който включва набор от уникални, но свързани технологии в различна степен на развитие – самообучаващи се машини, задълбочено обучение, невронни

мрежи, обработка на естествен език и генериране на естествен език. (Кръстева, Каназирева, Кокарешкова-Пантелеева и Потебня, 2019, с. 17) Големите данни откриват огромен потенциал за маркетинговата индустрия.

Според публикация на SAS Institute, Big Data не се отнасят само до самите данни, а и се обвързват с предизвикателствата, способностите, компетенциите, свързани със съхранението и анализирането на огромни масиви данни, за да се поддържа ниво на вземане на решения. (SAS Institute, 2021) Според същата публикация чрез прилагане на интегрирана стратегия за управление на маркетинга, организациите могат да придобият полза в следните насоки:

- Ангажираност на клиентите.
- Задържане и лоялност на клиентите.
- Маркетингова оптимизация

Маркетолозите променят своите приоритети в посока от количество към качество на последователите. Все повече стимулират ангажираността на целевата аудитория, като усилията са насочени към въвличане в продажбения процес на влиятелни посланици на марката.

Според Невяна Кръстева ценностно ориентираният маркетинг изисква от маркетолозите правилно да разбират: (Кръстева, Каназирева, Кокарешкова-Пантелеева и Потебня, 2019, с. 15)

- естеството на съвременните дигитални маркетингови методи и необходимостта от тяхното приложение:

- яснотата по типове налични информационни ресурси за различните пазари и възможността да се разберат основните принципи на тяхното приложение и ясният подбор;

- да разбират необходимостта от адаптация и представяне на различните дигитални канали на стоките на потребителските, бизнес пазарите и на организационните пазари.

Приспособяването към новите реалности изисква фокус върху предимствата, които предоставят големите данни за съвременния бизнес и в частност за маркетинговата индустрия. Дигиталните маркетингови кампании водят до непрекъснато увеличение на продажбите. Формират се тенденции към все по-ясна ориентация на потребителите към онлайн среда и интелигентно пазаруване. Основните причини, които налагат използването на големите данни в полза на маркетинговите решения могат да се дефинират по следния начин: (Paine, 2021)

- По-таргетирана реклама – събирането на повече данни за посетителите позволява по-доброто познаване на техните навици и интереси, което от своя страна позволява и по-правилно адресиране на рекламните послания.

- Семантично търсене – основната цел на търсачките е да събират на едно място и да организират, колкото се може повече информация, стремейки се да предоставят най-полезни резултати на своите потребители при търсене. Алгоритмите на търсачките се променят и стават все по-добри. Подобно на тях и начинът, по който потребителите отправят запитвания в търсачката също има своето развитие. Ето защо маркетинговите специалисти отделят толкова време, за да се адаптират към тенденциите в търсачките, с цел да оптимизират максимално съдържанието на сайтовете. Добавянето на семантично търсене към уеб сайта води до увеличаване и на конверсиите.

- По-свързано съдържание – това е техническо предизвикателство. Компаниите трябва да предоставят подходящо съдържание на своите клиенти, съответстващо на тяхното търсене. При едни и същи фрази съдържанието може да бъде различно, в зависимост от това кой го гледа и какво е било неговото поведение до момента на търсене.

- По-убедително тестване – работата с огромни количества събрани и анализирани данни позволява по-обобщаващо тестване, защото алгоритмите вече изследват поведението не само по един фактор, а позволяват да се вземат под внимание и допълнителни данни, както и предшестващо поведение на посетителите. Това осигурява по-точни резултати и възможност на маркетолозите да персонализират сайтовете съобразно целевите аудитории и представяне на различни варианти в зависимост от данните за потребителя и неговата ангажираност.

- Мощна машинна обработка и анализ – изкуственият интелект и самообучаващия се софтуер дават възможност за обработка на огромни масиви от данни. Този процес не е по силите на човек да осъществи сам без помощта на машините. Това налага приспособяването на хората за работа с машините и въз основа на анализа на данните да се взимат решения.

Според К. Turnali стратегическото интегриране на данните, тяхното описване и определяне са ключът към вземането на информирани маркетинг решения. (Turnali, 2021) Събирането и съхраняването на данни не е достатъчно, за да се постигнат заложените маркетингови цели. Ако данните са несвързани и не са фрагментирани, те не описват цялостното състояние на потребителския профил, не дават информация за неговото преживяване и пътуване. Авторът споделя мнение, че с развитието на технологиите се откриват и нови начини за контакт и ангажиране на клиентите, което налага фундаментална промяна в начина, по който потребителите използват технологиите, както и в начина, по който това променя процеса на вземане на решения на същите потребители, чрез който те стигат до етапа на купуване. В контекста на казаното можем да изведем „правилните“ шест показателя, които са необходими при провеждане на маркетингов анализ, а именно: правилни данни, за правилната роля, в правилното време, за правилния продукт, към правилния клиент, в правилния канал.

Както бе споменато, изкуственият интелект изключително силно влияе върху маркетинговата индустрия. Маркетинговите усилия в съвременни условия са немислими без използването му. Изследване на Statista сочи, че 84% от бизнес организациите считат, че изкуственият интелект им носи конкурентно предимство. (Statista, 2017) Автоматизираните системи за пренос на данни и виртуалните асистенти вече са неизменна част от бизнеса. Платформите за анализ на данни могат да подобрят резултатите. Ако бъдат проектирани и имплементирани ефективно, те могат да осигурят по-бързи и по-ефективни решения за компаниите. (SEOM, 2021)

Към настоящ етап приоритет се дава най-вече на събирането, измерването и използването на данни, които описват поведението на потребителите. Те позволяват правилно да се сегментират пазарите, по-целенасочено да се отправят посланията и по-ефективно да се разпределят маркетинговите бюджети. Качеството на данните и тяхното използване от множество канали и източници, съхранението и автоматизираната им обработка в облачните технологии, както и моменталният достъп до тях остават ключово предизвикателство за търговците. Маркетинговите бюджети трябва да отразяват това променящо се поведение на потребителите. Пропорционалното им разпределение между онлайн и офлайн каналите е въпрос на преценка, но най-доброто решение е двата свята да се интегрират. (Budikova, 2014, p.57)

Дигитален маркетингов пейзаж

Потребителите днес са много по-образовани и имат по-голям достъп до информация. Това доведе и до промяна в маркетинговите комуникации. Традиционната еднопосочна комуникация

вече е в миналото. „Технологичната революция доведе до геополитическа и икономическа турбуленция в бизнеса, непредсказуемост и повишен риск“. (Jackson, Ahuja, 2016, pp. 170-186)

Трансформацията от конвенционален към дигитален маркетинг е свързана и с трансформация в мисленето. „Интернет е много повече от още един канал за комуникация. Той наложи реструктуриране на организациите и промяна на отношенията на компаниите с клиентите“ (Rowan, 2002, p. 6).

Според W. Rowan появата на онлайн покупки и продажби доведе до три значителни изменения, които променят влиянието на клиентите, както онлайн, така и офлайн: (Harris, 2020)

- Разстоянието вече няма значение. Физическата локация на търговците не е фактор в процеса на вземане на решения за покупка.

- Дигиталните марки станаха също толкова важни за изграждането на възприятия за организациите, както и техните продукти и услуги.

- Разбирането за „поверителност“ се промени. За да се използват приложения и да има потребителят право на избор е длъжен да сподели лична информация.

Разбирането за дигитален маркетинг не е, че той е технология, а в основата му са хората и как може тази технология да се използва, за да се ангажира аудиторията. Интернет откри нов и постоянно нарастващ пазар. Това направи и дигиталния маркетинг изключително привлекателен. Изследвания на Statista доказват интереса на бизнеса към дигиталния маркетинг. (Wood, 2019) Данните сочат, че за по-малко от пет години разходите за интернет реклама са се удвоили два пъти: 299 милиарда долара са похарчени за глобална интернет реклама през 2019 спрямо 156 милиарда долара през 2015 г. През 2019 година се отчитат най-сериозните рекламни разходи, достигайки 160 милиарда долара за дигитална дисплейна реклама, включваща банерна реклама, мултимедия, рекламно и спонсорско участие, онлайн видео реклама и социални медии. Прогнозите са тенденцията за нарастване на дисплейни реклами да продължи, като все повече бюджети ще се отклоняват от традиционните канали и ще се насочват към интернет.

Предимствата на дигиталния маркетинг спрямо традиционния може да се разгледат в следните насоки: (Nibusinessinfo.co.uk, 2021)

- Глобален достъп – позволява достъп до нови пазари и търгуване в световен мащаб за малки инвестиции

- По-ниски разходи – добре насочената кампания достига до таргетираните клиенти на много по-ниска цена от традиционните маркетингови методи

- Проследими и измерими резултати – възможност за използване на много аналитични инструменти за установяване на ефективността на кампаниите

- Персонализация – насочване на целеви оферти за конкретни клиенти поради възможността да се определи конкретното потребителско поведение и интерес. Според публикация на McKinsey марките ще използват екосистемите да персонализират потребителското пътуване от началото до края. (Boudet, Gregg, Rathje, Stein & Vollhardt, 2019)

- Откритост – чрез използване на социалните медии и правилното управление на съдържанието се печели доверието и се изгражда лоялност в клиентите

- Социална валута - дигиталният маркетинг позволява да се създават ангажиращи кампании чрез използване на тактики за маркетинг на съдържанието – изображения, видеоклипове, статии, като така се активира вирусния маркетинг.

- Подобрени проценти на конверсия – няколко клика спестяват време и средства на клиентите, затова онлайн пазаруването става все по-предпочитано.

Предимствата на дигиталния маркетинг създават интерес в бизнес средите, но неговата ефективност зависи от доброто му познаване. За правилното разпределение на маркетинговия бюджет, маркетингозите трябва добре да дефинират дигиталния маркетингов пейзаж при определяне на приоритетите си. Позиционирането в съзнанието на потребителя, отговарянето на очакванията и предпочитанията на клиентите е необходимо условие за фирмите, за да са конкурентоспособни. С цел осъществяване на по-добра комуникация, фирмите се насочват към осигуряване на многоканални преживявания на клиентите с предлагане на подходящо съдържание.

Дигиталният маркетингов пейзаж непрекъснато се променя и създава синергетично потребителско преживяване. (BusinessExpertPress, 2021) В най-общ план потребителското преживяване се предопределя от 7 основни компонента, които трябва да бъдат част от маркетинговата стратегия на всяка компанията. (SmartInsights, 2017) (Фиг. 1)

Фигура 1

Дигитално преживяване



Source: SmartInsights (2017), *Straightforward website marketing: 3 simple strategies that work* (9.09.2021), <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/straightforward-digital-marketing-3-simple-strategies-work/>

Като цяло може да се каже, че в основата на всяка потребителски ориентирана концепция е изграждането на стратегия. Бизнесът трябва правилно да дефинира целта, стратегията и тактиките, които да бъдат обвързани с таргет аудиторията, към която са насочени усилията. Правилното интегриране на съдържание, данни и анализи на всеки аспект от изпълнение на стратегията са ключови за успешното фирмено позициониране.

Целта на маркетинга е фирмите да достигнат до потребителите си в момент, когато най-много се нуждаят от конкретни фирмени предложения. Дигиталната маркетингова стратегия има за цел да овладее турболенно движещия се потребител, който прехвърля през ума си различни потенциални марки, като го придвижи през неговото дигитално преживяване и го насочи към конкретната марка. Това насочване е познато като потребителско пътуване от момента на

осъзнаване на необходимостта до момента на вземане на решение за покупка. Създаването на потребителска пътека е част от стратегическите усилия на фирмата. Необходимо е да се насочат разходите и съобщенията към моментите на максимално влияние, така че да се увеличи шанса потребителите да достигнат на точното място, в точното време, повлияни от правилното послание. Маркетинговите специалисти са наясно с големите промени в начина, по който потребителите взимат решение за покупка в дигитална среда. Достигането до клиентите и предлагането на правилно съдържание в зависимост от това в коя фаза от потребителската пътека се намират потребителите, оказва съществено влияние върху изхода на този процес. Ето защо търговците е необходимо да коригират своите разходи като търсят възможности за достигане до потребителите, предлагайки им необходимата информация и подпомагайки ги да вземат своето информирано и добре обосновано решение.

Заключение

Дигиталният свят промени из основи живота на хората и начина на функциониране на бизнеса. Дали една компания ще бъде успешна зависи от адаптивността ѝ към новите технологични условия. Изкуственият интелект и големите данни са най-голямата търговска възможност, която се открива пред компаниите. Приложението им в маркетинговата индустрия е силно застъпено и тази тенденция ще продължи. Дигитализацията на маркетинговите комуникации подчертава необходимостта от ефективно общуване с клиентите. Тя не трябва да бъде само част от фирмената стратегия, а приоритет. Онлайн визитката на компаниите е изцяло в ръцете на самите компании, това е тяхното лице пред света. Дигитализацията не е само въпрос до скъпа технология, а и инвестиция в мисленето на компанията, изграждане на бизнес модел, който да бъде фокусиран върху предлагане на съдържание на точното място, в точното време, съобразно потребителските очаквания. Дигиталният маркетинг предлага безценна възможност да се оцени кои елементи от маркетинговата стратегия работят или не в реално време. И не само това, дигиталният маркетинг създава условия за увеличаване на стойността на компанията особено днес в условията на засилена конкуренция. Изграждането на дигитална маркетингова стратегия, насочване на инвестиции към подходящите канали по отделните фази от потребителското преживяване, проследяване на потребителското пътуване и поместване на подходящо съдържание с предлагане на стойностни предложения са само част от предимствата, които предоставя дигиталната среда за развитие на бизнеса.

Използвана литература:

- Boudet, J. , Gregg, B. , Rathje, K., Stein, E. and Vollhardt, K. , The future of personalization—and how to get ready for it (McKinsey & Company, 2019), (21.09.2021). <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-future-of-personalization-and-how-to-get-ready-for-it>
- Budikova, J., Central European Business Review, How digital trends are changing the marketing landscape, Vol: 3 (2), p.57, 2014, <https://cebr.vse.cz/pdfs/cbr/2014/02/09.pdf>
- BusinessExpertPress, The digital Marketing Landscape: Creating a synergistic consumer experience, (21.09.2021) <https://www.busessexpertpress.com/books/the-digital-marketing-landscape-creating-a-synergistic-consumer-experience/>
- Duan, Y., Edwards J. and Dwivedi, Y., Artificial intelligence for decision making in the era of Big Data – evolution, challenges and research agenda, International Journal of Information Management Vol:48, (2019): 63-71, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.021>

- Gross T.. How to achieve order from Chaos – Analyzing Big Data (2015), (20.01.2021)
<https://tedwgross.medium.com/how-to-achieve-order-from-chaos-analyzing-big-data-3eb6626e488>
- Harris, J., You say you want a digital transformation? (19.12.2020)
<https://contentmarketinginstitute.com/2019/05/digital-transformation/>
- Jackson, G. and Ahuja, V., Dawn of the digital age and the evolution of the marketing mix, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, p. 176, Macmillian Publishers LTD, Vol: 17(3), 2016, pp. 170-186,
<https://link.springer.com/article/10.1057/dddmp.2016.3>
- Manyika, J., Chui, M., Brown, B., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C., and Byers, A., Big Data: The next frontier for innovation, competition, and productivity (McKinsey Global Insitute, 2011), (19.01.2021)
<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation>
- Nibusinessinfo.co.uk, Develop a digital marketing plan, <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/advantages-and-disadvantages-digital-marketing>
- Obeidat, M., North, M., Richardson, R. and V. Rattanak, Business Intelligence Technology, Application, and Trends, International Management Review Vol: 11(2), (2015): 47-56,
<http://americanscholarspress.us/journals/IMR/pdf/IMR-2-2015/IMR-v11n2art4.pdf>
- Özdemir, V. and Hekih, N.. Birth of Industry 5.0: Making Sense of Big Data with Artificial Intelligence, The Internet of Things” and Next-Generation Technology Policy, OMICS: A Journal of Integrative Biology Vol: 22 (2018): 65. DOI: <https://doi.org/10.1089/omi.2017.0194>
- Paine, J., Big Data in Marketing: 5 Use Cases (18.01.2021) <https://www.inc.com/james-paine/5-ways-big-data-is-changing-marketing.html> (онлайн източник)
- Rowan, W., Digital Marketing: Using New Technologies to Get Closer to Your Customer, London, 2002, Kogan Page Business Books, p. 6
https://www.academia.edu/25592254/Digital_Marketing_Using_New_Technologies_to_Get_Closer_to_Your_Customers
- SAS Institute, Big Data, Bigger Marketing, https://www.sas.com/en_us/insights/big-data/big-data-marketing.html
- SEOM, Marketing, osnovan na danni (17.12.2021) <https://seom.bg/webmarketing/using-data-for-marketing-decisions.html>
- SmartInsights (2017), Straightforward website marketing: 3 simple strategies that work (9.09.2021), <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/straightforward-digital-marketing-3-simple-strategies-work/>
- Statista, Business organizations’ reasons for adopting artificial intelligence (AI) worldwide, as of 2017 (12.12.2020), <https://www.statista.com/statistics/747775/worldwide-reasons-for-adopting-ai/>
- Turnali, K., Using customer data for informed marketing decisions (5.01.2021)
<http://www.iacquire.com/blog/using-customer-data-for-informed-marketing-decisions>
- Wang, W. and Wang, Y.. Analytics in the era of big data: The digital transformations and value creation in industrial marketing, Industrial Marketing Management Vol: 86 (2020): 12. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.01.005>
- Wood, T., Visualizing the Evolution of Global Advertising Spend (1980-2020), (23.01.2021)
<https://www.visualcapitalist.com/evolution-global-advertising-spend-1980-2020/>

Zolnowski, A., Christiansen, T., and Gudat, J., Business model transformation patterns of data-driven innovations (Hamburg: AIS eLibrary, 2016), (3.01.2021)
https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1152&context=ecis2016_rp

Кръстева, Н., Каназирева, Р., Кокарешкова-Пантелеева, Л. и Потенбя А.. Дигитален маркетинг. Изкуствен интелект и потребителско поведение (София: Авангард Прима, 2019), 17.

ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА БИЗНЕСА

Докт. Радостина Юлева- Чучулайна⁶

Резюме

С настъпилите предизвикателства в съвременният бизнес, свързани с пандемията Ковид- 19 много предприятия промениха начина на производство и продажби. Повечето организации успяха да оцелеят и да задържат конкурентни пазарни позиции, както и постоянен сигурен паричен поток, чрез дигиталната трансформация. За кратко време търговията се превърна в онлайн, а производството в автоматизирано и дигитализирано. Технологиите навлезе във всички звена на предприятията. Иновациите, които се внедряват в предприятията се насочват единствено към автоматизираните и технологични продукти, а иновациите създавани от предприятията – към масово потребление с възможност за закупуване и дистрибуция по цял свят. Във всеки един бизнес, стратегията и операциите започват да се задвижват от предимно от технологиите. Независимо дали става въпрос за мениджмънт, маркетинг, човешки ресурси, производство или финанси, всяка основна функция започва да работи със софтуерни процеси. Следователно бизнес трансформацията се превръща в синоним на дигиталната трансформация. Основната цел на настоящия доклад е да се изясни значението на „дигиталната трансформация“ за бизнеса. Основните изследователски методи използвани в разработката са контент анализ, метод на анализ и синтез, интуитивен и систематичен подход.

Keywords: дигитална трансформация; дигитализация; бизнес.

JEL Codes: M21, O31, O33

Introduction/Въведение

Дигиталната бизнес трансформация е нещо повече от въвеждането на иновативни устройства и нови софтуери. Става дума за реализирането на организационни промени чрез използване на различни дигитални технологии за съществено подобряване на производителността на предприятията. Масовото използване на аналитичните инструменти и приложения, мобилни смарт устройства, платформи за обучения и социални медии, променят динамиката на конкуренцията в много малки и средни предприятия. Все повече предприятия в различните сектори признават, че трябва да направят повече за дигиталната бизнес трансформация на своята организацията, но не са ясни какви стъпки да бъдат предприети и каква е истинската насоченост на дигиталната бизнес трансформация. Същността на дигиталната бизнес трансформация се изразява освен в трансформирането на производствените процеси, но и в човешките ресурси. Заедно с подобряването на производството, служителите трябва да бъдат постоянно информирани, да имат възможност за преквалификации и обучения, да имат достъп до новите технологии и т.н.

Същност и Характеристика на Дигиталната Бизнес Трансформация.

В дългосрочен план дигиталната бизнес трансформация променя основите на всяка компания от нейната стратегия, структура и култура, до различните процеси, чрез възможностите и потенциала на дигиталните медии и интернетът. Това засяга организацията чрез управление на промените. С трансформацията на предприятието в дигитализирано, организацията се сблъсква с промените на дигиталната ера. Като за по - нататъшно концептуално развитие,

⁶ Югозападен университет „Неофит Рилски“, Стопански факултет, Благоевград, Докторант в катедра „мениджмънт и маркетинг“, r.yuleva@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0755-5776>, Web of Science Researcher ID: [ABG-2184-2020](https://orcid.org/0000-0002-0755-5776).

дигиталната бизнес трансформация произлиза от английския термин „*бизнес трансформация*“, което се характеризира с разработването на нови бизнес възможности и внедряването на нови бизнес модели в предприятието.

Напредващата дигитална ера води до промяна в съществуващото разбиране за потребителите, бизнес отношенията и веригите на стойността. Международно проучване на *Центъра за дигитален бизнес* на MIT и *Capgemini Consulting* показва, че в края на 2011 г. „само около една трета от компаниите се смятат за успешни в трансформирането на своя бизнес модел в дигитален бизнес.“ (Westerman, Calm  jane & Bonnet, 2011) Данните за 2021 година, върху които стъпва индекса на Европейската комисия, „свързан с дигиталната бизнес трансформация, сочат, че над 58%“ от предприятията в Европа са успели да го постигнат. Основните предизвикателства се крият в правилната дигитална стратегия, ефективна концептуална интеграция, управление на професионалните знания, гъвкава корпоративна култура, както и в бърза интеграция в ИТ структурата. Според MIT факторите за успех са:

- Ясна визия за бъдещия бизнес с оглед използването на информационните технологии;
- Инвестиции в съвременни иновирани технологии и в класически такива, за да се използва техният потенциал;
- Промените трябва да се извършват от висшето ръководство, споменава Себастиан. (Sebastian, 2017)

За да извършат структурирана дигитална трансформация, предприятията могат да използват стратегии за дигитална трансформация съвместно с систематичен процес на дигиталната трансформация.

Според мнението на Ригби и Тагер (Rigby & Tager, 2014), „симбиозата между физическия и дигиталния свят (digital + physical = digical)“ предоставя свършено нови възможности за създаване на стойност във всички бизнес сфери. „Дигиталната трансформация не означава само дигитализиране на съществуващото. Важно е преди всичко да се премине системно през всяка стъпка на контакта с клиента, за да се създаде една затворена система“, споменава в своя труд Син. (Sinn, 2015)

Котарба (2018) споменава, че „интердисциплинарният характер и относително кратката история на дигиталната бизнес трансформация водят до липсата на общоприети определения, онтологии и таксономии.“ (р. 126) Академичните среди използват „дигитална трансформация на бизнеса“, а предприятията познават терминът като „дигитализирана икономика“, която има същото определение. Внедряване на технологии и инструменти от предприятията за потребителите, или от предприятие предназначено за предприятие, с цел масово производство, увеличаване на паричния поток и потреблението, доволни служители и т.н.

От значение е да посочим, че концепцията за дигиталната бизнес трансформация може да се „раздели на четири основни блока: бизнес процес, бизнес модел, обхват и организация“, пише списание Ентерпрайз. (Enterprise, 2021)

Бизнес процесите често са основният фокус на дигиталната трансформация на бизнеа, тъй като това включва интегрирането на технологии за подобряване на ключовите аспекти на общите процеси, например изкуствен интелект за управление на запасите, създаване на приложение за мобилни поръчки или автоматизиране на счетоводни процеси.

Трансформацията на модела включва интегриране на технологии за промяна или подобряване на индустрията като цяло чрез създаване на изцяло нов или различен бизнес модел. Често това включва дигитализация на ресурси или интегриране на авангардни технологии, които променят цялата индустрия, като подхода на Uber и Lyft.

Трансформацията на обхвата е малко по-сложна и не е възможна за всеки тип бизнес. С нея един бизнес може да разшири своите услуги и предложения, за да създаде всеобхватен тип организация. Amazon е отличен пример за това, тъй като се е разширил от това да бъде само онлайн търговец на дребно в облачните изчисления, интернет на нещата, услуги за доставки.

Организационната или културна трансформация е друг начин за подход към цифровата трансформация. Това включва създаване на системи, които подобряват фирмената култура чрез създаване на иновативни процедури, поддържане на по-висока производителност и възприемане на гъвкави методи за сътрудничество.

За целите на изследването от значение е мнението на Коратба (2018), според който „дигитализацията е под по-строг мониторинг и надзор по отношение на защитата на инвеститорите и клиентите. Като оставим настрана историческото сравнение, важно е да се подчертае, че масовите тенденции имат своите отрицателни и положителни страни. Организациите, които правилно избягват заплахите и се възползват от възможностите, имат шанс да постигнат по-добри от средните темпове на растеж, осигурявайки позицията си на съществуващи или проучването на нови пазари. Ето защо е важно да се изгради разбиране за дигиталната трансформация на бизнеса като мотивация за въвеждане на полезни промени в организационните стратегии и поведение.” (р, 130-140)

Промяната на бизнес моделите към дигитални се наблюдава все по – интензивно и е неизбежно това да окаже влияние върху начина, по който предприятията стратегически да структурират своята бъдеща система. Всяка бъдеща и иновативна стратегия трябва да включва подход към дигитална трансформация на бизнеса. Следователно е от значение да се определи оценка на съществуващите бизнес модели по отношение на необходимостта на предприятието преди да се възприемат иновативните парадигми. При прескачането на този етап от дигиталната трансформация на предприятието, може да се доведе до понижаване на конкурентоспособността на организацията или дори сериозни загуби и фалит.

Процесът на Дигиталната Трансформация на Бизнеса.

Дигиталната трансформация на бизнеса, е процес, който включва елементи на планиране, контрол, оптимизация и внедряване веригата на стойността на предприятието в дигиталната епоха. Фокусът е предимно върху идентифицирането на ефектите от дигитализацията върху съществуващите бизнес модели, продажбите, потоците от приходи и диференцирането на характеристиките на едно предприятие на пазара. Целите вериги на стойността се изменят, като са засегнати не само отделни функции и фирмени области. Устойчивата промяна и пренареждането на комуникацията, маркетинга, продажбите и обслужването са от съществено значение. Дигиталната бизнес трансформация използва предимствата и потенциала на интеграцията и внедряването на нови технологии като възможност за промяна на съществуващите бизнес модели и генериране на нов бизнес потенциал от технически и функционални, ориентирани към употреба иновации.

Промените, предизвикани от дигитализацията в предприятията, са основно мащабни. Процесите се подновяват, работата се изменя и изискванията към пресонала се променят в еднаква степен. Процесът на дигиталната трансформация на организацията е предизвикателство за всички предприятия, но най – труден и съществен е за малките и средни предприятия. В този контекст на дигиталната трансформация в предприятията често се търси образът на дигитализацията да бъде на две основни вълни: от една страна, технологичното развитие да напредва бързо, а от друга, необходимата организация изисква значително повече

време и воля за промяна не само от ръководството, но и от персонала на предприятието. Процесът на дигитална трансформация на бизнеса е в различна степен в отделните предприятия, например в големите фирми този процес е в напреднал или завършен вид, а в малките и средни предприятия е навлизащ или частично осъществен. Това се дължи не само на стремежа за развитие, но и на наличието на достатъчно служители, компетентни ръководители и финансовите възможности на организацията. Основните предизвикателства обикновено се крият в системното идентифициране на потенциала за дигитализация, формулирането на собствената стратегия за дигитализация и структурираното изпълнение на дигиталната трансформация с участието на всички съответни заинтересовани страни в компанията. За да може да се отговори на разнообразните промени, е препоръчително да се структурира подход, с който да се възприемат възникващите и съществуващите предизвикателства, тъй като изпълнението на проекти за дигитализация не само крие много възможности за развитие, но също така и рискове. Това са дълбоки промени, при които трябва да се вземат предвид сложните взаимоотношения между технически, организационни и свързани със служителите аспекти, за да се даде възможност за ефективно използване на пълния потенциал. За да се избегнат лоши инвестиции и да не бъде застрашена конкурентоспособността на предприятието, процесите на дигитална трансформация трябва да бъдат планирани още по-внимателно.

Процесът на дигитална трансформация на бизнеса „може да бъде разделен на пет основни фази”, според Бозе и Зинк. (Christian & Zink, 2019, p. 20)

Фаза на вдъхновение;

За много предприятия процесът на дигитална трансформация започва с фазата на вдъхновение, в която предприемачите и отговорните лица се запознават със съществуващите иновативни технологии и решения. За тази цел могат да се използват практически примери, както и да се посетят демонстрационни системи, внедрени в подобна оперативна среда. Освен това могат да се обмислят и подходи за решения от други предприятия от различна корпоративна среда, тъй като те често се пренасят и към собствените, специфични предизвикателства на предприятието.

Фаза на ориентация;

След като компанията е разработила визия за бъдещето, фокусът на фазата на ориентация е върху определянето на позицията. За това често се използва модел, с който компанията може да определи своята дигитална зрялост, също така и в сравнение с други компании. От това сравнение могат да се извлекат начини на действие за предприятието, които могат да покажат посоката, в която да се развива дигитализацията. В хода на това трябва да се разработи и стратегия за дигитализация, ако компанията няма такава.

Фаза на планиране;

Следващата фаза е фаза на планиране, в което се определят първите начални проекти, за да може да изпълнят навреме поставените цели в стратегията за дигитализация. За тази цел трябва да се сформират екипи, които от своя страна поставят цели за изпълнение и свързаните с тях целеви стойности. Този процес създава задължения, дори ако целите в процеса трябва да бъдат коригирани отново. От важно значение е първият начален проект да бъде избран с такива цели, които да доведат до бързи резултати и успехи. След което, те да бъдат представени на персонала, на лоялни или нови потребители и компании партньори, което да увеличи мотивацията за изпълнение на по-нататъшните проекти.

Фаза на реализация;

В четвъртата фаза на процеса на дигитална трансформация на бизнеса, фазата на изпълнение или реализация, е от значение планираните мерки да се изпълняват стъпка по стъпка. Техническите промени винаги трябва да се прилагат заедно с организационни промени. От значение е персонала на предприятието също да бъде ангажиран с оформянето на процеса, тъй като липсата на ангажираност може да доведе до отхвърляне на процеса и проекта за дигитализация. Ако служителите са включени в процеса на ранен етап, приемането на новата технология и промяната в предприятието се увеличават, тъй като на персонала се дава възможност да влияе активно върху оформянето на процеса. Участието на служителите също може да доведе до преки предимства за изпълнението на проекта, защото те могат най-добре да оценят работната си среда и работните си задачи и по този начин да предоставят важна информация за функционалностите и начините за използване на новите технологии.

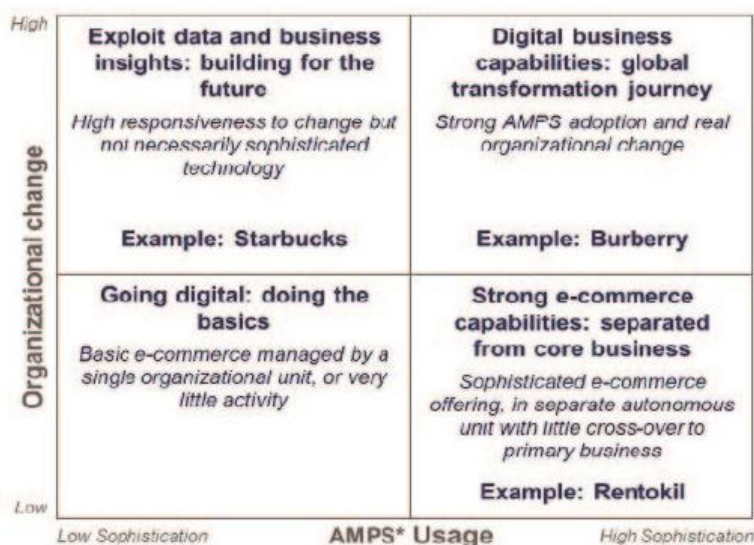
Фаза на оценка и настройка.

Справяйки се с предишните стъпки на процеса, може да се получи важна представа за последващи проекти за дигитална трансформация на предприятието. За управлението на проекти може да се определи кои аспекти на изпълнението са положителни и къде има потенциал за подобрене. По отношение на планирания процес на трансформация, погледът назад към фазата на планиране показва как се е развила цифровата зрялост и дали положителните тенденции на развитие могат да бъдат извлечени от актуализираното сравнение с други компании. Фазата на оценка е важна фаза, която е необходима да присъства във всеки един процес на трансформация.

Върху процеса на дигитална трансформация на бизнеса влияят много фактори, които не винаги са следствие от дейността на предприятието. Пандемията като Ковид-19 принуди изключително голям брой предприятия да преминат към дигитално преобразуване на организацията. Влияние върху процеса имат и доставките на иновирани технологии, комуникации, достъпността до новата информация и гаранцията за развитие.

Според мнението на професор Уейд, (2014) „съществува рамка, която да подпомогне на мениджърите на предприятията предприели дигитална трансформация, да разберат къде точно се намират в процеса на преобразуването”. На фигура № 1 е обяснено как предприятието да се самоопредели кой квадрант заема.

Фигура № 1. Рамка за дигитална бизнес трансформация



Източник: Wade Michael, Digital business transformation, 2014

Хоризонталната ос представлява степента на сложност на използването на аналитичните инструменти и приложения, мобилни инструменти, платформите за изграждане на споделени цифрови възможности и социални медии (AMPS) от страна на предприятието предприело дигиталната трансформация на бизнеса. Вертикалната ос представлява мащаба на организационните промени. Крайната цел, е предприятието да се озове в горния десен квадрант, като има два пътя за осъществяването на тази цел: организационна промяна или технологична промяна. В долният ляв квадрант се намират предприятията, които не осъществяват дигитална трансформация на бизнеса си. В долният десен квадрант са предприятията, които използват прекалено сложно AMPS и се борят със съпътстващата организационна промяна. В горният ляв квадрант се намират предприятията, които са в процес на трансформация на бизнеса си, но със съпътстващи проблеми свързани с технологичните аспекти, необходими за осъществяването на тази промяна. В последният горен десен квадрант се намират предприятията, които са напълно завършили дигиталната трансформация на бизнеса си.

Пример за предприятие, което се намира в квадрантът на организационните промени е марката Burberry. Благодарение на компетентните си сужители и ръководители, компанията от губеща се превръща в печеливша с помощта на дигиталната трансформация, подновеният сайт, новите иновативни технологии за производство и продажби. Starbucks е пример за предприятие, което с помощта на дигиталните инструменти успява да ангажира потребителите си (пример за горен десен квадрант). Подобно на Burberry, Starbucks също изпитва трудности. Продажбите намаляват и се затварят много магазини с ниска производителност. На дигитално ниво компанията изостава далеч от конкурентите си. Управителите на магазините дори нямат фирмен имейл. Новият мениджър на предприятието изпълнява една много проста дигитална стъпка, а тя е свързана с предоставяне на безплатен Wi-Fi в магазините на Starbucks, въпреки опасенията, че хората ще злоупотребяват с привилегиите. В днешно време това е неизбежна част от всеки един търговски обект или предприятие. Пример могат да бъдат взети от стотици предприятия по цял свят, които в определен етап са се сблъскали с трудности, но благодарение на дигиталната трансформация са повишили конкурентоспособността и конкурентните предимства на организацията си.

От значение е лидерите на предприятията да се фокусират върху промяна на мисленето и върху промяна на организационната култура и процеси на предприятието, преди да предприемат мерки за дигитална трансформация и технологичен напредък на организацията. Важно е ръководителите на предприятията да задвижват организацията, не само технологията да определя всяка стъпка за това.

Зключение

Дигиталната трансформация на бизнеса е процес на промяна, предизвикан от постоянния напредък на цифровите технологии, който принуждава компаниите да адаптират своите стратегии, бизнес модели и инвестиции по отношение на дигиталната икономика и да ги приведат в съответствие с бъдещите пазари. Готовността на всички хора, участващи в процеса, да рискуват промяната и да реагират на произтичащите фактори е от съществено значение за успеха на дигиталната трансформация. С дигитализацията компаниите са изправени пред множество иновации. Тези иновации засягат не само променените отношения с потребителите, но и вътрешните процеси, които трябва да бъдат адаптирани. На основата на казаното до тук, можем да направим следните изводи:

Първо, дигиталната трансформация на бизнеса е организационна промяна, която се осъществява от цифровите технологии с цел подобряване на работата на едно предприятие. Тя не е тенденция, която се случва по отношение на един - единствен фактор, нито е дисциплина, която принадлежи само на един отдел. Това е значително движение, което смелите предприемачи се впускат в бъдещите пазари днес.

Второ, концепцията за дигиталната трансформация на бизнеса се разделя на четири основни блока: бизнес процес, бизнес модел, обхват и организация. Мениджърите на предприятията предприемащи дигитална трансформация на бизнеса могат сами да установят, в кой етап се намира тяхната организация и какво да направят за да завършат процеса на дигитализация.

Трето, процесът на дигитална трансформация на бизнеса преминава през пет основни фази - фаза на вдъхновение, фаза на ориентация, фаза на планиране, фаза на реализация, фаза на оценка и настройка. Процесът на дигитална трансформация на бизнеса трябва да започва и да свършва с потребителите на организацията. Освен това персонала на предприятието трябва да бъде ангажиран със създаването на плана за действие за дигиталната промяна на бизнеса.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- Bosse, C. & Zink, K. (2019). *Digitalisierung im Mittelstand erfolgreich gestalten*, Berlin Heidelberg: Springer Gabler.
- Kotarba, M. (2018). Digital Transformation of Business Models. *Foundations of Management Vol 10*, 123-142. DOI: 10.2478/fman-2018-0011.
https://www.researchgate.net/publication/326808621_Digital_Transformation_of_Business_Models
- Rigby, D. & Tager, S. (2014). Leading a Digital transformation. Bain & Company.
http://www.bain.de/Images/BAIN_BRIEF_Leading_a_Digital_transformation.pdf. Retrieved 10.09.2021
- Sebastian, J. (2017). Der ultimative Guide zur Digitalen Transformation für Führungskräfte.
<https://web.archive.org/web/20170906184914/https://10xstudio.co/de/blog/guide-zur-digitalen-transformation-fuer-fuehrungskraefte/>. Retrieved 11.09.2021
- Sinn, W. (2015). Digital-physische Transformation: Wie Unternehmen "digicale" Strategien erfolgreich umsetzen. Zeitschrift OrganisationsEntwicklung. <https://recherche.zoe-online.org/document.aspx?docid=ZOE0702687>. Retrieved 11.09.2021
- Wade, M. (2014). Digital business transformation. <https://www.imd.org/research-knowledge/articles/digital-business-transformation/>. Retrieved 11.09.2021
- Westerman, G., Calm ejane, Cl. & Bonnet, D. (2011). Digital Transformation: A Road Map for Billion-Dollar Organizations,
https://web.archive.org/web/20120211212934/http://www.capgeminiconsulting.com/think/publication_detail/?id=33B826F0-4D5B-63A0-8371-51F9E859A788&type=document. (Retrieved 13.09.2021)
- Why digital transformation in business is important, 2021, <https://enterprise.bg/technologies/zashto-e-vazhna-digitalnata-transformatsiya-na-biznesa> Retrieved 11.09.2021
- Why is the digital transformation lagging behind in our country?, 2021, <https://bnr.bg/varna/post/101451336/zashto-izostava-digitalnata-transformacia-u-nas>, Retrieved 19.09.2021

ВЪЗНИКВАНЕ, РАЗВИТИЕ И АНАЛИЗ НА КАПИТАЛОВАТА АДЕКВАТНОСТ

Миглена Драгова Тренчева⁷

Резюме

През последните десетилетия на нашия живот сме свидетели на появата на всякакви кризи, които се отразяват на икономиката, а в частност и върху финансовия сектор. Това се дължи на макроикономическите цикли, които се характеризират с пикове и рецесии, и следват своя естествен ход на развитие в икономиката, породени от най-различни причини – международни военни действия, природни бедствия, спекулативни операции, инвестиционни балони и други. Финансовата система се повлиява от тези кризи и това налага нейното регулиране от държавата, за да не се допусне срив в определени отрасли, подпомагане на определени групи от населението с ниски доходи и други. Много важен критерий за проследяване на финансовата стабилност е капиталовата адекватност на финансовите институции. Тя е един от основните критерии, за да се прецени дали една търговска банка ще може да изпълнява своята дейност по предназначение.

Ключови думи: капиталова адекватност, капитал, Базел

JEL Codes: M41 Accounting, M48 Government Policy and Regulation

1. Въведение

Предпазването от бъдещи глобални финансови кризи е постоянен процес. Глобалните финансови кризи могат да произлязат от дребни вътрешни ситуации или от широко разпространени международни кризи и войни, които обхващат цели региони по света, както Азиатската криза през 1997-1998 година. Те могат да бъдат предизвикани от прекомерно кредитно увеличение, колапси в следствие от инвестиционни балони, неустойчив дефицит на националния бюджет, спекулативни атаки върху фиксираните борсови цени, поддържани на несъстоятелни нива, теглене на готови пари, баланс на разплащателен дефицит на чуждестранна валута, нравствени хазартни кризи, хаотично управление на държавния дълг или други причини.

Обезпечаването на глобалната финансова стабилност включва укрепване на банковата система, затвърждаване увереността на инвеститорите и вложителите, както и предпазване на обществото от измами и финансови престъпления (Закона за дружествата със специална инвестиционна цел и за дружествата за секюритизация, 2021). Увереността се базира на способността на банките да поддържат капиталов запас в адекватни съотношения към количеството пари, което банката е изложила на риск в своите инвестиционни и търговски портфейли. Веднага щом капиталовият запас падне под нивата изисквани от банковите контролни органи, банката трябва да предприеме незабавни действия да възстанови съответният капитал или банковите контролни органи ще я затворят.

Не съществува такова понятие като банкова адекватност в абсолютният смисъл. След фалита на една банка е очевидно, че допълнителен капитал би помогнал на банката да удържи на финансовият шок. Но както отбелязват Шонър и Тейлър: “Винаги ще има по-висока вълна, по-голяма буря, която би преодоляла бариера от всякаква височина.”

⁷ ЮЗУ „Неофит Рилски“, Катедра „Финанси и отчетност“, Стопански факултет, Благоевград 2700, ул. Братя Иванови №5

Традиционните банки основно извършват две дейности: дават парични заеми и привличат капитали, и второ, дават заеми на други държави, бизнеси и индивидуални клиенти.

Банките привличат собствен капитал и изкупуват дългове, за да могат да дават заеми и да инвестират пари. Ако те изкарат повече пари от отпускането на заеми, отколкото плащат за получаване на заеми, то тогава те са печеливши и създават източник на кредитиране за кредитополучателите и източник на финансова стабилност за онези, които имат пари за съхранение и инвестиране.

Съществуват три вида капитал в банковата система: икономически, регулаторен и действителен. Инвеститорите и контрагентите изискват икономически капитал. По дефиниция, икономическият капитал е избран от акционерите независимо от устава. Регулаторният капитал е минимумът, който банките трябва да поддържат по устав. Действителният капитал е капиталът избран от банковите акционери, които са взели в предвид регулаторните ограничения.

Колкото повече капитал се поддържа от банката, толкова по-вероятно е банката да бъде способна да изплати дълговете си на вложителите, и толкова по-голямо е доверието в банковата система. Но капиталовите резерви не могат да бъдат инвестирани, а това намалява възвръщаемостта, която банката може да спечели от своите инвестиции.

Следователно, има вроден конфликт на интереси между правомощията на надзорните органи да увеличат капитала в съотношение с поетият финансов риск и банките с правомощия от акционерите да намалят количеството излишен капитал и да повишат доходността.

2. Предпоставки за възникване и роля на международното регулиране и Базелските споразумения

Банковият надзор върху дейността на банката се променя за страните-членки, споразумението Базел се превърна в общо и широко приет набор от глобални стандарти за оценки на банковия капитал. С цел да хармонизира международното банково регулиране, в споразумението е предвидено минималната капиталова адекватност или капиталовите изисквания за банките. За обикновените кредитни рискове таксата за капитал достига 8% от заема. Ето защо е важно да се има предвид, че препоръките на Базелското споразумение не са правно обвързващи за определени страни, а те представляват международни насоки, които трябва да бъдат преведени, тълкувани на националното регулиране, понякога оставяйки националните надзори известна свобода да определят подробностите по изпълнението на определен проблем.

Съотношението на капиталова адекватност (CAR-Capital adequacy ratio), което също се определя и като съотношение на рисково претеглените активи (CRAR- Capital to Risk Weighted Assets Ratio), определя способността на банката по отношение на изпълнението на задълженията във времето и други рискове, като например кредитен риск, има за цел да се превърне в буфер за евентуални загуби, като предпазва банковите вложители или други кредитори (BIS, 2010). Банковите регулатори в повечето страни определят и мониторинг за CAR, като се стремят да защитят вложителите и да гарантират, че то може да поеме една разумна сума на загуба и компилират със законово изискване на капитала, като по този начин поддържат доверието в банковата система. CAR се определя, както следва:

Фигура 1. Капиталова адекватност

$$CAR = \frac{\textit{Tier 1 capital} + \textit{Tier 2 capital}}{\textit{Risk Weighted Assets}}$$

Съгласно Базел I и II регулаторния капитал е разделен на три нива.

Капитал от I ред. Този първи ред се състои от инструменти, с най-голям капацитет за поемане на загубите, възникващи по всяко време. Съотношението е 4% от не рисково претеглени активи и се състои от 2% общ собствен капитал, а останалите безсрочни ценни книжа, които могат да бъдат изискуеми при конкретни дати. Те имат пълна свобода на купонни плащания и купони обикновено не са кумулативни: собствен капитал; общи резерви и т.н.

Под капитал от II ред – ценните книжа са обикновено безсрочни, но могат да бъдат определени с дата на падеж в определени случаи. Плащането на купон може да бъде отложено, но те са кумулативни: неразкрити резерви, общи резерви за загуба, подчинен срочен дълг.

По-ниският капитал от II ред са ценни книжа с дата на падеж, потенциално с дата на плащане. Ако купоните по тези ценни книжа не са платени, те се разглеждат като акт на неизпълнение.

Съотношението на капиталова адекватност е основно подобрен на ливъридж в най-основната формулировка, тя е сравнима с обратна на дълг формула на собствения капитал на ливъридж въпреки това съотношението на капиталова адекватност използва собствения капитал над активите, вместо дълг, и тъй като активите са по дефиниция, равни на дълга плюс собствения капитал, се изисква трансформация (Stavrova). Така за разлика от традиционният ливъридж, съотношението на капиталова адекватност признава, че активите могат да имат различни нива на риск, тъй като се разработват, както следва:

Признавайки, че различните видове активи имат различен рисков профил, CAR регулира главно активи, които са по-малко рискови, като позволява на банките да отстъпят по-ниско рискови активи. За всички активи и зад балансови инструменти са определени рискови тегла на 0%, 20%, 50% или 100%, в зависимост от групата, към която принадлежат на длъжниците и вида на финансовия инструмент. Така това общо и стандартизирано тегло на търговските заеми, например (100% категории тегло) предизвиква някои проблеми при прилагането му по-късно. Спецификата на изчисление CAR се различават от страна в страна, но общите подходи са склонни да бъдат подобни при страни, в които се прилагат Базелските споразумения. Държавните ценни книжа например е позволено да има тегло от 0% риск (т.е. те се третират като без рискови), което означава, че те са основа изваждана от общата сума на активите за целите на изчисляване на CAR.

Преди 1980 г., регулаторите налагали обикновено разумни капиталови изисквания, когато банката е трябвало да бъде адекватно капитализирана, но не и обективни правила. По този начин след 1980 национални регулаторни органи започнали да налагат формални капиталови изисквания. През 1980 г. и от 1988 г. за най-големите мултинационални банки е въведен стандарта Базел I.

Съгласно Базел I, активите са категоризирани в пет рискови групи, и измерват задължителните минимални капиталови изисквания за всяка от тях. Въпреки, че Базел I обикновено се разглежда като начин на подобряване управлението на банковите рискове, може да отбележим някои негови основни недостатъци:

✓ Налице е опростена концепция за рискови тегла или твърди, че има ниско ниво на чувствителност в оценката на риска, т.е. банките са изложени на 0,10,20,50 и 100%.

✓ Неспособност да се отговори на най-новите тенденции, т.е. не се изисква капитал за зад балансови рискови позиции и насърчава банките да вземат най-рисковите активи във всяка група като капиталово изискване към всички корпоративни кредити, независимо дали е при стабилно утвърдени фирми или една нова компания, или близо до фалит са еднакви в групата.

Недостатъчно включване на други рискове (включва рисковете за капитали, по-късно последвано от пазарните рискове и много важни оперативни рискове.)

Опростената класификация на експозицията за кредитен риск в рамките на търговски заем (8 на сто от изискването за общия капитал от I и II ред), е създало стимул за банките да прехвърлят портфейла към тези заеми, които са по-подценен от капитала от гледна точка на регулаторния риск, т.е. банките са склонни към задържане на най-рисковите траншове от засекретените кредитни портфейли. Това се дължи на факта, че капиталовото изискване е твърде ниско за високо-рискови / ниско качество бизнес кредити и твърде високо за ниско рискови / висококачествени заеми. Обичайният език на Базел I позволява финансова институция да предприемат неправилни рискове и задържат на неоправдано ниски капиталови резерви. Това е дало възможност на банки да контролират размера на капитала, който се изисква, чрез пренасочване между активите на баланса с различно тегло и чрез пренасочване между активите на баланса с различно тегло и от секюритизирани активи и пренасочването им към зад балансова форма на посредничеството.

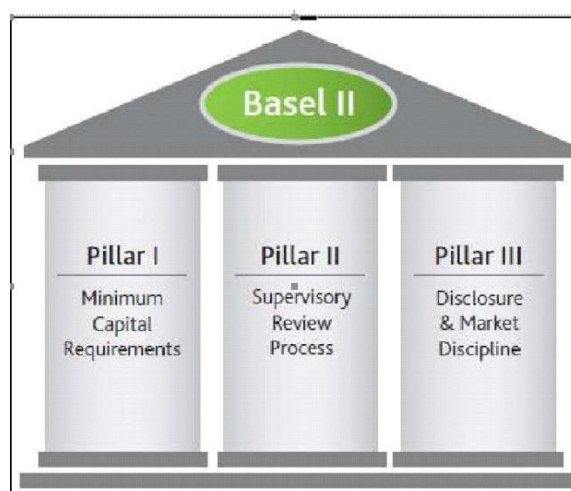
Бергер и колектив (1995) разширяват по-нататък Базелското споразумение с основно капиталово съотношение като показват, че то се отразява на променливостта на нетната стойност или на икономическата стойност на собствения капитал съвсем несъществено (стр. 393-430). Изследователите предлагат някои практически начини за подобряване на знаменателя. По-основният проблем, както Мертон показва е, че най-важното да има нов вид „счетоводния риск“, който да се съсредоточи върху експозиции, а не стойности, който биха отразили как стойността е вероятно да се промени в отговор на промени в основната среда.

В отговор на критиките на Базел I и бързото развитие на финансовите пазари и с цел да се повиши сигурността и стабилността на финансовата система, Базелският комитет за банков надзор разработи набор от нови правила, приложими при определянето на необходимото минимално ниво на капитала посочен като Базел II. Пълната версия на новата концепция на капиталова адекватност е публикувана на 26 юни 2004 г. по нейно разрешение от страна на централните банки управители и представители на надзорните органи в рамките на Г-10.

Усилията на това ново изменение на регламента има за цел да балансира търговията на разстояние между гъвкавост и регулаторна стандартизация на управлението на риска. В идеалния случай, според Таден, банковото регулиране като изискване на банкова капиталова адекватност ще третира всяка банка поотделно, за да се достигне най-добра конкретна информация на банката за рисковете и структурата на баланса. От друга страна, преработка на информацията, регулаторът трябва да стандартизира процедурите и правилата, особено при прилагането на надзорните практики. Спазването на този минимум може лесно да се наблюдава от доклада за тримесечния отчет. Така CAR, предложен от Базел II е с тенденция да се намерят подходящите статистически детерминанти, които дават разумно описание на риска и не оставят твърде много важна фирмена конкретна информация. Банките се насърчават да приемат модела на риска за стандартизацията на усъвършенствания модел, който да принуди банката да спазва капиталовите резерви, съответстващи на техния индивидуален рисков профил.

По-подробно разработване на схемата на Базел II и рисково претеглените активи може да бъде видяна от фигура 2 и по-нататъшното разработване на Базел II за капиталова адекватност.

Фигура 2. Базел II



Източник: BIS

Като продължение на Базел I, методът на промените в определянето на капиталовите изисквания, дължащи се на кредитния риск на банковия портфейл, са склонни да бъдат по-сложни и чувствителни към риск, отколкото в Базел I. За да се запази банковия риск на приемливо ниво, капиталовите стандарти трябва да бъдат по-високи от средното за да могат капиталовите съотношения да се определят по-точно, да се увеличават разходите на банките и да се намали количеството на посредничество в икономиката в дългосрочен план. Един от начините за решаване на тези проблеми, най-малкото е да имате няколко капиталови съотношения (Ganchev, Tsenkov, Stavrova, 2014, p. 17-40). Следователно, за да се измери с по-голяма точност риска, банките могат да изберат от 3 варианта:

Рисковите тегла по класовете на Базелското споразумение могат да бъдат разработени, както следва:

1. *Стандартизиран подход*: най-опростения, при които рисковите тегла на субектите произтичащи от рейтингите, определени от външни рейтингови агенции, упълномощени от компетентен орган. Той е ефективен за по-малки банки, които извършват своята дейност предимно на територията на страната, където са регистрирани, имат ограничен кръг на предлаганите услуги, рисковият им профил е относително опростен; клиентите им са предимно местни лица, които работят на познат пазар и не е необходим подход за измерване на сложни рискове, като напр. трансферни или политически; разходите на банката за изграждане на вътрешната система за измерване на кредитния риск често превишават бъдещите ползи от идентифицирането на потенциалните проблемни клиенти (Миланова, 2014, стр. 129).

2. Подходът на базата на *вътрешно рейтингова система* (FIRB-Foundation Internal Rating-Based) се основава на вътрешен рейтинг и се отнася до набор от измервания на кредитния риск, при който банката изчислява за вероятността от неизпълнение (PD-Probability of Default) за всеки длъжник и надзорникът предоставя други данни, като например загубата от неизпълнение (LGD-Loss Given Default) и експозицията по дефицита (EAD-Exposure At Default) (Миланова, 2014, стр. 138-144).

3. Анализът на базата на *вътрешни рейтинги* (AIRB-Advanced Internal Rating-Based) също се основава на вътрешния рейтинг подход, като самата банка ще оцени всички характеристики, определени за определяне на рейтинговите профили на клиента, т.е. експозиция по дефицита (EAD-Exposure At Default), загубата от неизпълнение (LGD-Loss Given Default) и матуритет (M-Maturity). Съществува по-строго изискване за използването на този подход в сравнение с подхода на вътрешно рейтингова система (FIRB-Foundation Internal Rating-Based). Входящи са данните за банките, генерирани, но одобрени от надзорния орган при неговото изпълнение. Регулаторите например имат свобода на действие, за да определят до известна степен по-високи изисквания за отделни банки, които се възприемат като по-рискови.

Докато изчисляването на кредитния риск на базата на стандартизирания подход е значително по-проста, изчисленията на кредитен риск, на базата на подхода на вътрешните рейтинги са по-сложни и се различават.

Вътрешният рейтинг представлява вътрешната и неразкрита преценка на банката по отношение на риска на даден заемополучател или експозиция. Оттам и преминаването към най-модерните подходи може да изисква значителни инвестиции в технологиите за управление на риска и в наборите от данни за дадена банка и ще бъде предмет на проверка от надзорните органи. И все пак, като се има предвид, че прилагането на Базелските споразумения не е автоматично обвързващо за отделните държави, прилагането им варира в различните страни.

Освен кредитния риск, който се счита за най-съществен риск за банковата индустрия и единственият риск, който ще бъде разгледан, операционен риск и пазарен риск също са взети при разглеждането на претегляне на риска в банката.

Оперативния риск измерва риска от загуби, произтичащи от неадекватни процеси, хора и системи, или от външни събития (Ganchev, 2015, р. 3-24).

Пазарен риск е рискът, който измерва промяната на стойността на инвестиционния портфейл или оборотния портфейл, в резултат на промяната в стойността на пазарните рискови фактори (Ставрова, 2015, стр. 36-46). Четирите стандартни пазарно рискови фактори са цената на акциите, лихвен процент, валутните курсове и цените на ресурсите.

По-високата чувствителност на кредитния риск на капиталовите изисквания на Базел II, може да се опише по следния начин:

Фигура 1. Изчисляване на рисково претеглените активи

$$CAR = \frac{Tier\ 1\ capital + Tier\ 2\ capital}{RWA(Credit\ risk + Operational\ Risk + Market\ risk)}$$

$$RWA = \{12.5 (OR + MR) + 1.06 * [SUM (w(i)A(i))]\}$$

CR - кредитен риск, MR - пазарен риск, OR - операционния риск се изчислява отделно и след това се добавя. W(i) е рисковото тегло на активите i; и OR и MR са пряко измерени и увеличени с 12.5% за 8% еквивалентност; кредитният риск е сумата от различните класове активи, всяка от които е претеглена с подходящото рисково тегло.

Кредитният риск, който се счита за най-важния риск за голям брой финансови институции и единственият риск, който ще бъде разгледан по-разширено в тази разработка се определя като риск, произтичащ от неочаквано влошаване на кредитното качество на контрагента. Изчисляването на кредитния риск обхваща както очакваните, така и неочакваните загуби. Първите се считат за неизбежна загуба, която е покрита от адекватни провизии, а последните са

резултат от неочакваните загуби, свързани с неблагоприятни сценарии, и трябва да бъде покрита от банков акционерен капитал.

Съгласно споразумението Базел II се смята, че способността на всяка банка да оцелее зависи само от капитала, държан за посрещане на потенциалните рискове, но също така и от елементи като качеството на системите и процедурите за управление на риска, стабилността на политиката си за провизиране и управление и планиране на капитала. Поради това вторият стълб реализира ролята на националните надзорни органи за насърчаване на подобренията в техниките за управление на риска на банките, като при необходимост се създават условия за индивидуални капиталови изисквания, по-високи от минималното капиталово изискване по стълб I. Съответно стълб II се фокусира върху:

- Процесът на оценка на достатъчността на капитала на дадена банка от страна на надзорния орган.
- Надеждност и качество на управлението и контрола на банковия механизъм (Walterova, Dana et al., 2008).

Банката следва да установи съответните вътрешни процеси в съответствие със стълб II, позволяващ да се оцени адекватността на нейния собствен капитал по отношение на поетия риск, които се оценяват от надзорния орган, както и неговите резултати (Stavrova, , 2017, р. 453-457). Надзорният орган има право да определи капиталовото изискване, по-високо от банковите изчисления, ако определената от банката сума се счита за недостатъчна поради общия рисков профил.

Третият стълб е насочен към засилване на пазарната дисциплина, като изисква от банките да разкриват повече информация да се гарантира, че всички участници на пазара придобиват по-конкретна представа за рисковия профил на банката и адекватността на капиталовата позиция. Такава нова концепция предвижда изисквания за публикуване в различни области, включително публикуване на методите, прилагани при изчисляването на коефициента на капиталовата адекватност. Банките, които използват собствени процедури за измерване и ограничаване на рисковете, са задължени да оповестяват конкретна информация, свързана с прилаганите методи. Някои изисквания за оповестяване са качествени, т.е. описание на цялостната методология за оценка на капиталовата адекватност на банката, определението, използвано за идентифициране на проблемни заеми, и подходите, използвани за предоставяне на загуба от кредити. Следователно количественият метод включва общ състав от капитал от първи и втори ред.

Пазарите просто не са ефективни - пазарът ще действа напълно ирационално. Балонът в основата на кризата с ипотечните кредити и кризите преди това, сочат към систематична липса на информационна ефективност (Blundell-Wignall, Atkinson, 2010).

В банковата индустрия внезапни промени в качеството и стойността на активите са в състояние бързо да унищожат стойността на банковия капитал. В случаите, когато краткосрочните задължения като цяло покриват дългосрочни активи, невъзможността за преодоляване на краткосрочната финансова задлъжнялост или "изтичането" на депозити може да доведе до промяна на ливъридж и продажба на активи. Банкови кризи, свързани с тази промяна са често със системен характер, който е резултат от взаимосвързаната между: банките с деривативни контрагенти и с директни връзки към потребление и инвестиции разходни решения.

Базел III предлага много нови стандарти за капитал, ливъридж и ликвидност за укрепване на регулирането, надзора и управлението на риска в банковия сектор. Целта на промените е да се подобри способността на банките да асимилират шоковете, произтичащи от финансов и икономически стрес, независимо от неговата причина, и по този начин да намалят риска от

разпространяването му от финансовата система към реалната икономика (BIS, 2011, р. 1). Това означава, че в банките се въвеждат значителните промени в капиталовите стандарти и новите капиталови буфери ще изискват банките да държат повече капитал и с по-високо качество на капитала, отколкото при действащите правила на Базел II. Новите коефициенти на ливъридж въвеждат нерискова мярка, която допълва рисковите минимални капиталови изисквания. Новите коефициенти на ликвидност гарантират поддържането на адекватно финансиране в случай на криза (Ставрова, 2015, стр. 41-44).

3. Заключение

Всичко, което се изтъкна до този момент налага някои промени в Базелските стандарти, но не в посока устойчивост, защото банковият сектор е устойчив и са постигнати много добри резултати в това отношение. Устойчивостта е задача, която може да кажем, че е постигната в рамките на тези икономически и социални събития. В момента е по-важно да се регламентира по-добре предлагането на кредити на предприятия и домакинства, защото европейските кредитни институции осъществяват предимно тази основна дейност в своята работа. Поради настъпилата пандемична обстановка на банките се налага да предлагат на своите контрагенти повече кредити и регулаторът трябва да се съобрази с икономическата обстановка и да увеличи допълнително изискванията си, защото разходите, които се извършват имат пряк ефект върху цената на кредита и върху неговият размер. Това е специфична характеристика за банките в Европа, защото преобладаващата част от предприятията се финансират посредством кредити, вместо с издаването на нови емисии ценни книжа. При създамата се обстановка трябва да се направи една критична оценка на ситуацията и да се подпомогне икономиката на страните от Европа. Това ще доведе до минимизиране на потенциалните отрицателни ефекти на кризата върху европейската икономика.

Този доклад е написан по проект „Анализ на основните показатели и регулатори за банкова дейност в РБългария” с входящ № КП-06-М35/3, с ръководител Миглена Тренчева.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- Закона за дружествата със специална инвестиционна цел и за дружествата за секюритизация, обн., ДВ., бр. 21 от 12 март 2021 г.
- BCBS, Basei III, A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems, December 2010 (rev June 2011) , Bank for International Settlements, Basel, 2011
- Berger, A.N, Herring, R.J., Szego, G.P., (1995, June). The Role of Capital in Financial Institutions, Journal of Banking & Finance, v. 19, issues 3-4, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/037842669500002X>
- BIS (2010) Contra cyclical capital buffer proposal, Bank of International Settlement, 07.2010
- Blundell-Wignall, A., Atkinson, P., (2010), Thinking Beyond Basel III, OECD Journal: Financial Market Trends, Volume 2010 – Issue 1, from <https://www.oecd.org/finance/financial-markets/45314422.pdf>
- Ganchev, G., Tsenkov, Vl. and Stavrova, E., (2014). Exploring the Relationship Between Credit and the Nominal GDP, SUERF

- Ganchev, G., (2015). Towards holistic theory of money: Overcoming twentieth century neoclassical monetary paradigm, 2015, Ikonomicheski Izsledvania 24(4)
- Stavrova, E., Financial Security Network as a factor Banking systems' stability, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2361874
- Stavrova, E., „Conventional and shadow banking sector – comparative aspects of the post-crisis period in time of the currency board Bulgaria ‘case’”, International Scientific conference “Innovation in science and education” March 22-24, 2017 - Prague, Czech Republic, from <http://ojs.journals.cz/index.php/CBUIC/article/view/1114/pdf> , p. 453-457
- Миланова, Е., (2011). Капиталова адекватност на банките; финансово-счетоводни аспекти на анализ и оценка, университетско изд. „Стопанство”, София
- Миланова, Е., (2014). Регулации и управление на риска, изд.комплекс УНСС, София
- Ставрова, Е., (2015). Банковият надзор – новите приоритети и необходимите промени, from <http://www.lpajournal.com/wp-content/uploads/2015/02/E.Stavrova-full-text.pdf>

АСИМЕТРИИ И ПОЛИТИКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ В ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ

проф. д-р Светла Ракаджийска⁸

„Туризмът е непредсказуема индустрия“

Ian Yeoman

Резюме

Настоящото изследване е опит да се разкрият основни асиметрии в развитието на туризма в съответствие с предпоставките, които ги определят. Извежда се идеята, че основа при търсенето на баланс са принципите за устойчиво развитие на туризма. Постигането на този баланс се нуждае от адекватни политики. Проблематиката се конкретизира за развитието на туризма в дестинация България.

Ключови думи: асиметрия, устойчив туризъм, политики, дестинация България

ASYMMETRIES AND POLICIES FOR DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM IN DESTINATION BULGARIA

Prof. Svetla Rakadzhyska, PHD

Abstract

The present study is an attempt to reveal basic asymmetries in the development of tourism in relation to the prerequisites that define them. The idea is derived that a foundation in the research for balance are the principles of sustainable tourism development. Achieving this balance requires adequate policies. The researched problems are specified for the development of tourism in the destination Bulgaria.

Key words: asymmetry, sustainable tourism, policies, destination Bulgaria

Въведение

Масшабите на развитие на съвременния туризъм⁹ го превърнаха в неотменна характеристика на обществото и неговото битие. Метаморфозата на всеки индивид в турист е фактор за неуморно търсене на новото, неочакваното, вълнуващото, екзотичното извън постоянното местожителство, фактор за разгръщане и реализация на „аз-а“, иначе притиснат от проблемите на ежедневието. За да отговорят на потребностите на туристите, стотици хиляди хора осъществяват специфичен бизнес, който провокира социално-икономическо развитие. Според доклада на Световния съвет за пътуване и туризъм от 2019 г. (WTTC, 2019), туризмът е сектора, създал 10.4% от глобалния БВП, като 47% от него се формират само от 5 страни – САЩ, Китай,

⁸ хонорован професър към катедра “Икономика и организирания на туризма“ при Икономически университет - Варна

⁹ Настоящото изследване е посветено на основните характеристики на туризма и неговото развитие в нормални условия. Пандемията “Ковид-19“ е форсмажорно обстоятелство. Свивът на туристическите пътувания и на туристическия, и на съпътстващите го бизнеси е временно макар и с относителна продължителност явление. Пандемията само засили желанието на хората да пътуват като туристи. В тази посока на мисли, последствията от пандемичната обстановка трябва да се имат пред вид при осъществяване на туристическите политики след нея.

Япония, Германия и Великобритания. Туризмът е генерирал 319 млн. работни места или 10 % от всички. Той е водещ експортен сектор на услуги с дял от 6.5% от световния износ и 27.2% от износа на услуги, при най-висок ръст на този износ от развиващите се държави. Делът на разходите за ваканционен туризъм е 78.5%, а за бизнес пътувания - 21.5%. На вътрешния туризъм се падат 71.2% от направените разходи, а на международния – 28.8%. Ролята на туризма за социално-икономическото развитие на отделни територии и държави го превръща във фактор, подпомагащ благоденствието на хората, в средство за тяхното опознаване и толерантно съществуване.

По данни на Световната туристическа организация (UNWTO 2020) разпределението на туристическите посещения по региони е както следва: Европа – 51%; Азия и Тихоокеански район – 25%; Северна и Южна Америка – 15%; Африка – 5% и Близкоизточен район – 4%. Регионалното разпределение на приходите от туризъм отново е с най-висок дял за Европа -39%. Следват: Азия и Тихоокеански район – 30%; Америка (Северна и Южна) -23%; Близкоизточен район – 5% и Африка – 3%. Седем от десетте най-посещавани дестинации в света са и най-големите печеливши от туризъм.¹⁰ Разпределението на изходящите туристически пътувания по райони отново разкрива водещата роля на Европа с дял от 48.1%, следвана от Азия и Тихоокеанския район – 26.1%; Америка (Северна и Южна) - 16.8%; Африка – 3.2%; Близкоизточен район – 3.0% и неуточнен произход на туристите -2.8%. Туристическите пътувания в границите на същия район са с 75.6% дял, а тези към друг район – 21.6%.¹¹

От изведените макар и малко, но съществени факти става ясно, че туризмът се развива несъразмерно, неравномерно, небалансирано, т.е. асиметрично. Асиметрията е понятие за означаване на отсъствие или нарушаване на симетрия, т.е. отсъствие на равнопоставеност и балансираност. В тази връзка е важно да се разкрият предпоставките за асиметричното развитие на туризма за да се даде отговор на въпросите: може ли прилагането на принципите за устойчивост да допринасят за намаляване на асиметрията и при какви обстоятелства е необходимо; кога асиметрията е предимство и кога – недостатък; какви политики могат да смекчават евентуални негативни проявления на асиметричното развитие на туризма.

Целта на настоящото изследване е опит да се отговори на поставените по-горе въпроси с оглед постигането на по-добри резултати и ефекти от развитието на туризма на територията на дестинация България.¹²

В методологичен план изследването се базира на статистическа информация, отразяваща фактически параметри на развитието на туризма, на теоретичен и сравнителен анализ, както и на

¹⁰ В низходящ ред най-много туристически посещения имат **Франция, Испания, САЩ, Китай, Италия, Турция, Мексико, Тайланд, Германия и Великобритания**, а най-печеливши са: **САЩ, Испания, Франция, Тайланд, Великобритания, Италия**, Япония, Австралия, **Германия** и Макао (Китай).

¹¹ В абсолютен брой Европа генерира 702.7 млн. пътувания; Азия и Тихоокеански район -381.7 млн.; Америка (Северна и Южна)-244.7 млн.; Африка- 47 млн.; Близкоизточен район – 43.8 млн.; пътуванията на туристите с неуточнен произход са 40.2 млн. Броят на пътуванията в рамките на същия район са 1.103.9 млн., а към други райони – 315.9 млн.

¹² За България, развитието на туризма е важен сектор от икономиката на страната, особено що се отнася до неговото качество на "скрит" износ. Ресурсите, които притежава, дават възможност за привличане на значителен чуждестранен туристически поток, който преобладава по отношение на туристическите пътувания на българските граждани в чужбина. Ето защо страната се възприема основно като туристическа дестинация.

теоретичен синтез. Ограниченията са в рамките на поставената цел, разполагаемата информация и обема, в който трябва да бъде изследвана заявената проблематика.

1. Предпоставки, които пораждат асиметрии в развитието на туризма.

Видът, спецификата, оригиналността, атрактивността и неравномерността на териториалното разпределение на туристическите ресурси поражда пространствена асиметрия в развитието на туризма. Тя превръща отделните географски пространства(места) в повече или по малко желани за посещение от туристите¹³ Всяка територия, всяко място, които притежават” *туристичност*” (замък, ресторант, казино, хотелски комплекс, ферма, природен феномен, град, воден басейн, минерален извор, планински връх или долина, събитие и др.п.) стават обект на посещение от туристи(Ракаджийска2014,с.37). Този траен феномен може да се определи като *тенденция за териториална дисперсия, разпръскване* на туристическите дестинации по всички части на земното кълбо – от Исландия до Камчатка и от Антарктика до Антарктида.¹⁴

¹³ От времената на “Le Grand Tour” -”Голямата обиколка”, включваща цяла плеада класически, световно известни, туристически дестинации като Франция и Париж, Гибралтар, Милано, Падуа, Верона, езерото Комо, Венеция, Флоренция, Неапол, Гърция и Атина, Рим, Константинопол, Баалбек, Смирна, Египет, Йерусалим и Дамаск, през така наречените “30 славни години” в периода 1945-1975, когато се появяват и развиват грандиозните морски дестинации Коста дел Сол, Коста Брава, Коста Дорада, Лангедок-Росийон, Варадеро , комплексите на Майами бийч , Лос Анжелис и Лас Вегас, включително в България - Златни пясъци, Слънчев бряг и Албена, така и днес, когато Банкок и о-в Бали са синоним на масова туристическа дестинация, а Дубай и Абу Даби за оазиси на лукса, фактите показват, че *броят на туристическите дестинации непрекъснато расте*.

¹⁴ Според Forbes Travel Guide 10-те *най-добри крайбрежни курорти в света* в низходящ ред са: Акалина Ризорт и Спа – Съни Айлс Бийч, Флорида; Мандарин Ориентал- Саня, Китай; Вайсрой Ангуила, Карибите; Сент Режис, о-в Бора-Бора; Шугар Бийч, Сейнт Луис, Карибите; Фор Сизънс Резорт, о-в Мауи, Хавай; Риц-Карлтон Лагуна Нигел, Калифорния; Оушън Хауз - Уоч Хил, Роуд Айлънд; Монтейж Лагуна бийч, Калифорния; Уотър Колор Ин Резорт, Санта Роза Бийч, Флорида.

Според TripAdvisor.com 10-те *най-добри европейски морски курорти* в низходящ ред са: Олудениз, Турция; Миконос, Гърция; Агия Напа, Кипър; Далян, Турция; Форментера, Испания; Лагос, Португалия; Ситжес, Испания; Фуертевентура, Испания; Албуфейра, Португалия, Проторас, Кипър.

Класацията за 10-те *най-добри острови за ваканционен туризъм* включва в низходящ ред: о-в Бали /Островът на боговете/; о-в Боракай; о-в Бора- Бора; о-в Мауи; о-в Ангуила; о-в Ямайка; Сейшелски острови; о-в Хвар ; о-в Галапагос; о-в Аруба.

Сред най-добрите 10 *СПА дестинации в света* в низходящ ред се открояват: Терми Бат СПА, Великобритания, Сан Камфенг Хот Спринг, Тайланд; Сикаморе Спринг, Калифорния; Синята лагуна, Исландия; Термални води Негомбо, Италия; Гелер Батс, Унгария; Истарске Топлице, Хърватия; Икария /радиоактивни води/, Гърция; Арена Виста Лодж, Коста Рика; Курокава / термални води с уникална природа/, Япония.

Класацията на “Unicity guides” подрежда в низходящ ред 10-те *най-посещавани космополитни градски дестинации* като първа позиция заема Ню Йорк Сити, следван от Париж, Лондон, Барселона, Лисабон, Рио де Жанейро, Лос Анжелис, Амстердам, Копенхаген и Лас Вегас.

The Telegraph.co.UK подрежда в низходящ ред 10-те *най-добри ски курорти в света* : Уистър Блеккомб, Британска Колумбия, Канада; Кицбюел, Австрия; Цермат, Швейцария; Вейл, Колорадо, САЩ; Банф, Канада; Жирдуд, Аляска, САЩ; Стоу, Вермонт, САЩ; Шамони- Мон Блан, Франция; Боцман, Монтана, САЩ и Аспен, Колорадо, САЩ

World Awards of Ski Resorts от своя страна ранжира в низходящ ред 10-те *най-добри европейски ски курорти* като първо място е отредено на Вал Торенс, Франция, следван от Кицбюел, Австрия; Кортина д, Ампецо, Италия; Лаакс, Швейцария,; Оре, Швеция; Красна поляна/Сочи/, Русия; Трисил, Норвегия,; Рука, Финландия; Валнорд, Андора и Гармиш-Партенкирхен, Германия. Българският ски курорт Банско заема 20 –та позиция. Вж. Rakadzhyska Sv.”Trends in the Development of Tourist Destinations”, в “Инфраструктура и комуникации“ № 9, УНСС, 2014, с.36-42

По данни на Евростат¹⁵ за регионалното разпределение на туристическите посещения през 2018 г. се установява, че повече от половината са реализирани в Европа, от които една трета в страните на Европейския съюз (ЕС-27). Сред 10 –те най-посещавани световни туристически дестинации са Франция, Испания, Италия и Германия. Канарските острови водят по брой посещения на чуждестранни туристи и реализирани в туристически места за настаняване 88 млн. нощувки. На Ил дьо Франс – региона на френската столица Париж, се пада най-големият дял вътрешни туристи с реализирани 39 млн. нощувки в туристически места за настаняване. За 1/10 от всички 238 региона, за които има данни, се отчита висока концентрация - 45% от всички реализирани нощувки. Доминиращи са крайбрежните райони на Средиземно море: Канарски острови, Каталуния, Балеарски острови, Андалусия, Валенсия – Испания; Венето-Италия; Прованс, Алпи - Кот д'Азур – Франция; Хърватия на Адриатическото крайбрежие. От неморските райони най-посещавани са два: този на Париж и район Рона - Алпи. Значителен брой нощувки се реализират и в западните планински части на Австрия, както и в някои райони на столици – Прага, Будапеща, Виена и Брюксел. Повече от 3/5 от реализираните нощувки в ЕС-27 са в морски райони – 57.3%.¹⁶

Големият дял нощувки на море се реализират от чуждестранни туристи – повече от 4/5 от всички реализирани в Малта, Гърция, Кипър, Хърватия, Португалия, Испания и България. По-малко от 2/5, около 38.4% от всички нощувки на море са реализирани от вътрешни туристи на ЕС-27. Чуждестранните туристи са по-склонни да предприемат ваканция на море от вътрешните туристи.¹⁷

Регионалната статистика предлага интересна информация и на база териториална типология, съобразно урбанизация на териториите и пространственото разделение на населението. Информацията се отнася за големи градове, малки градове, предградия и селски райони.¹⁸

Прави се констатацията, че голяма част от районите посрещат масата туристи през един сезон докато други имат туристически посещения през цялата година. Интензитетът на туризма

¹⁵ По-нататък в изследването ще се използва основно информация за Европа и Европейски съюз (ЕС) макар и от различни източници: Евростат, Световна организация на туризма, Световен съвет за пътуване и туризъм, ОЕСД, Блумбърг груп и др. Основни източници на информацията за дестинация България са Министерството на туризма и Националният статистически институт (НСИ). Причините са две. Първата - членството на РБългария в ЕС и важността на европейските емитивни пазари, както и на европейските дестинации, конкуренти на страната, за развитието на туризма на нейна територия. Втората причина е свързана с обстоятелството, че огромното количество информация по разглежданата проблематика не може да бъде събрано в ограничени обем на настоящата публикация. От тук и значителният брой пояснения в забележка „под линия“.

¹⁶ За такива, в статистически план се приемат ако 50% от територията им включва 10 км. крайбрежна ивица (бряг). Пет страни, членки на ЕС-27 нямат излаз на море – Чехия, Люксембург, Унгария, Австрия и Словакия.

¹⁷ В Испания 9 от 10 нощувки или 87.2% са реализирани от чуждестранни туристи. Същото се отнася и за Португалия, Кипър, Гърция, както и за двете източни дестинации – България и Хърватия. Най-малко вътрешни туристи от Румъния, Германия, Полша и Словения са склонни да почиват на „националното“ море.

¹⁸ За 2018 г. е установено, че 34% от нощувките са реализирани в малки градове и предградия (вероятно поради атрактивност или поради по-ниска цена на нощувката в самия град, особено в неговия център или в близост до забележителност – б.а.). Водещи са Малта и Испания. В големите градове са реализирани 33.4% от нощувките с висока концентрация в 13 държави от ЕС-27. Водещи са Латвия и Естония. В селските райони се отчитат 32.6% от нощувките. Водещи са Дания, Хърватия, Гърция и Австрия.

на съответната територия е измерен чрез връзката между реализираните нощувки и големината на територията на района. Установен е среден брой от 656 нощувки на квадратен километър.¹⁹ Високата концентрация на „туризъм“ е обикновено там, където средата е най-благоприятна: столици и техните райони, мегаполиси, крайбрежия и по-специално острови. Обратно, относително слабо туризмът се развива в много източни и северни райони на ЕС-27 както и в най-вътрешните части на Франция и Испания.

Различията в мотивациите за предприемане на туристическо пътуване, както и на мотивациите за развитие на туризъм на конкретна територия обуславят мотивационната асиметрия за развитието на туризъм.

За отделния индивид привлекателността на една дестинация се определя не само от личните нагласи към природни, културно-исторически, събитийни и др. забележителности, но и по отношение на стимулите или ограниченията от икономически, политически, социален и екологичен аспект (например: условия за достъп – получаване на виза; валутен курс – изгоден или не; цени на туристическите услуги, но и на стоки, обект на шопинг и т.н.). Туристът винаги търси по-добри преживявания, по-бързи услуги, разнообразие на възможностите за избор, социална отговорност и по-голямо удоволствие от преживяното (Ian Yeoman²⁰, 2010, с.10). В същата публикация авторът отбелязва, че извличането на „културна слава“ е един от силните мотиви туристите да изберат определена дестинация. Възможността те да говорят за дестинацията и преживяното като за културен капитал в разговори от вида „Вие бяхте ли в Южна Африка...“ или „Аз плувах с делфини в Нова Зеландия...“ придават специален статус на тяхната идентичност. По същата причина, днес много „лоукост“ туристи²¹ посещават музея Лувър в Париж, Британския музей в Лондон или Венеция за да си направят „селфи“ с „Мона Лиза“, Родоския камък или с гълъбите на площад Сан Марко и да ги „качат“ в социалните мрежи. Модната тенденция за придържане към природосъобразен начин на живот например, оказва съществено влияние върху начина на поведение и хранене на туристите като ги преориентира към дестинации и видове, и форми на туризъм, отговарящи на техните нови изисквания.²² За местните общности мотивацията за експанзия или задържане развитието на туризма на съответната територия има връзка с интересите и потребностите на различните групи от населението. Тя включва ресурсни, управленски, пазарни, културни, продуктови и всякакви други аспекти, обикновено в състояние на конкуренция или партньорство (парк-резерват или жилищно строителство; туристическа атракция или супермаркет; казино или училище, ангажиране с високотехнологично производство или с туристическо обслужване и т.н.).

Пространствената разделеност между бъдещите туристи от една страна и териториално неподвижните, невеществени, туристически продукти (услуги) от друга, налага връзката между тях да се осъществява основно на базата на информация, предоставяна от туристическите

¹⁹ Девет зони имат повече от 10000 нощувки на кв.км. Най-висок е делът на Брюксел-43435, следван от Виена-38178, Прага-36793 и Берлин – 36636. Три са островните дестинации, посрещащи целогодишно туристи, с повече от 10000 нощувки на кв.км. Това са Малта-32068; Балеарски острови – 14066; Канарски острови – 13415. Други два района са градовете Хамбург (Германия) – 19183 и Сюидад Аутонома де Мелия (Испания) – 11597.

²⁰ Ian Yeoman се смята за един от най-добрите футуристи в областта на туризма.

²¹ пътуващи с нискотарифните авиокомпани

²² По данни на www.eturbonuws от 19.10.2021 интересът на хората към видовете туризъм се разпределя така: виртуален туризъм – 28%; космически туризъм – 26%; приключенски туризъм – 20%; кулинарен (гурме) туризъм – 9%; винен туризъм – 6% и към останалите видове туризъм – 11%.

предприятия на техните потенциални клиенти, пръснати по цялата територия на земята. Колкото тази информация е по-мощна, непрекъсната, ясна, пълноценна, разбираема и лесно достъпна, толкова по-голяма е вероятността тя да бъде приета положително от потенциалните туристи и те да предпочетат услугите, за които се отнася. Мощното развитие на информационните технологии позволява лавинообразно нарастване на всякакъв вид информация, която хората могат да ползват за да направят информиран избор на вид туристическо пътуване и на дестинация. Въпреки тези практически неограничени възможности, единствено продавачите на туристически услуги имат пълната и точна информация за това, което предлагат. Възниква информационна асиметрия. Анализите на учените Ж. Акерлоф, М. Спенс и Дж.Стиглиц за проявлението на пазарите с асиметрична информация са причина авторите да получат Нобелова награда за икономика през 2001 година.

Информационната асиметрия се свързва с изучаване на обстоятелствата за вземането на решения при действия (транзакции), когато едната страна има повече информация или по-добра информация от другата. Неравенството в информираността относно качество, количество, цена на стоките и услугите, обект на транзакции, може да породи необосновано подценяване или надценяване на определени условия за сключване на сделки и по този начин да разшири или намали определени продажби, включително до отказ от транзакции. На тази основа цели обособени пазари могат да бъдат дискредитирани. При силна ценова конкуренция например, продажбите на качествен туристически продукт(нощувки в луксозен хотел) могат да спаднат драстично поради отказ на традиционните му клиенти да купуват, съмнявайки се в реалното качество на продукта.

Информационната асиметрия има особено значение за развитието на туризма пред вид обстоятелството, че туристическите услуги и стоки нямат вещна форма. Реално на туристическия пазар се продава информация-обещание за стоките и услугите, чиито въздействия туристът ще получи пътувайки и пребивавайки в избраната дестинация в последствие. Намалването на информационната асиметрия в туризма би генерирала повече продажби за конкретен туристически бизнес. По тази причина директният маркетинг (особено дигиталният), рекламата, връзките с обществеността (пъблик рилейшънс), спонсорството и другите форми на интегрирани маркетингови комуникации играят изключително важна роля за неговото развитие. Ако обаче, информацията е подвеждаща, възможно е да се генерира поредица от откази от страна на недоволните туристи и да се формира нов вариант на пазарна асиметрия- преориентиране на туристите към покупка на услуги от конкурентни туристически предприятия. Непрекъснато нарастващият дял на купувачите на туристически услуги, които чрез споделяне на своите преживявания в социалните мрежи „нанасят“ корекции на официалната информация от продавачите, формира нов вид информационна асиметрия, при който източник на информацията от „първо лице“ се явява клиентът с потребителски опит, или поне се демонстрира такъв, така че информацията да потвърди или отхвърли тази, идваща от конкретен продавач на туристически услуги.

Очакваните положителни икономически ефекти от развитието на туризма обикновено са предпоставка за безконтролна експлоатация на туристическите ресурси. Господстващият неолиберален икономически модел насочва мощни икономически структури да инвестират в създаването на туристическа инфра и суперструктура в туристическите дестинации както и да осигуряват туристи за тяхната ефективна експлоатация в случаите, когато местните общности в атрактивните дестинации не разполагат с необходимия за целта капитал (особено висок е

интересът към островните дестинации, които не са частни имения). Със същия икономически интерес, очаквайки печалби и доходност, местните общности се стремят максимално да използват атрактивността на туристическите ресурси, с които разполагат. В резултат се наблюдава явлението “свръх туризъм” – привлеченият туристически поток значително надхвърля поемния капацитет на туристическите ресурси и атракции, те губят притегателната си сила поради влошаване на качеството на предлаганите услуги, съответно равнището на цените пада, при паралелно нарастване на разходите за поддържане и съхраняване на експлоатираните ресурси. Създават се условия за възникване на икономическа асиметрия с негативен ефект - оттегляне на платежоспособни пазарни сегменти и заменянето им с други по-малко платежоспособни, влошава се икономическата ефективност от туризма. Друг аспект на икономическа асиметрия се получава, когато действията за съхраняване на уникални туристически ресурси ограничават възможността за туристически посещения при значителен интерес към тях. Създават се условия за конкуретно поведение между клиентите, цените на услугите растат, цените на атрактивната туристическа инфра и суперструктура също растат (често това са обитавани и ползвани от местните жители сгради и съоръжения) до степен, местните да не могат да си позволят тяхната поддръжка. Местните жители се принуждават да напускат обикновено родното им местообитание.²³ Развитието на туризма предизвиква и по-висока инфлация. Направените инвестиции, предлагането на специфични услуги, “туристическата рента” за уникалността на ресурсите, заплащането на квалифициран труд, повишават цените в дестинацията и предизвикват по-висок ръст на инфлация от тази в нетуристическите райони. Местното население се принуждава да плаща допълнително за своите покупки като същевременно търпи влошаване на качеството на обслужване, тъй като обектите, обслужващи туристите изместват тези, обслужващи местното население. (Вж Ракаджийска 2017, с.11). Икономическата асиметрия е с благоприятен ефект, когато търсенето превишава предлагането на високо ценово равнище при постоянен интерес към съответната дестинация, но и при прилагане на регулации за поддържане на високо качество на предлагания туристически продукт. Ясно е, че асиметричното развитие е обективно и субективно обусловено.

Възможността индивидите да предприемат туристическо пътуване съобразно разполагаемите доходи и свободно време; търсенето на климатичен комфорт, съобразно вида туризъм (слънце, топло море, планинска прохлада или сняг за зимните спортове) както и характера на туристическите ресурси (природа, културно-историческо наследство, събития и др.) поражда времева асиметрия, т.е. сезонност в развитието на туризма. Ваканциите на море в северното полукълбо са силно концентрирани в летния сезон, докато тези в южното полукълбо през зимния сезон. Благоприятно време за бизнес пътувания, за провеждане на масови събития както и за здравен туризъм създават климатични условия през пролетта и есента. Макар че се полагат усилия чрез различни поощрения за туристите от страна на туристическото предлагане да се смекчава времевата асиметрия, резултатите са ограничени поради противодействието на

²³ В поредица на немския телевизионен канал Deutsche Welle посветена на туризма, се коментира ситуацията на германския остров Зюлт, обявен за природен резерват, с оглед опазване на уникални крайбрежни дюни, които могат да се посещават само след заявка и с екскурзовод. Туристическият интерес към острова обаче ражда спекулации с недвижимите имоти на местните жители, които са принудени да ги разпродават поради невъзможността да осигурят над един милион евро за тяхната поддръжка. Пак поради туристическия интерес, реновирането на сградите се съпровожда и от презастрояване на територията. Останалите на острова местни жители се оплакват, че са заобиколени от сгради, които се ползват епизодично, че нямат съседи, с които да общуват и че техният начин на живот е нарушен.

обективни фактори като трудова заетост, колебания в доходите, модни тенденции, промяна в атрактивността на туристическите ресурси и др.п.

Многообразието от предпоставки, които обуславят туризма като явление, тяхната сила, мащабност и продължителност на действие, превръщат в голяма степен асиметрията в негова неотменима характеристика, в негов атрибут.²⁴

2. Асиметрия и устойчиво развитие на туризма

Във философски план, асиметрията може да се определи като потенциал за генериране на динамика, която формира различности, неравенства. Устойчивото развитие от своя страна се възприема като статус на съответствие, симетрия, баланс, хармония.²⁵ Комисията на европейските общности в разработения документ "Дневен ред за устойчив и конкурентноспособен европейски туризъм"²⁶ посочва 12 принципа за устойчиво развитие на туризма: местен просперитет, физическа цялост, биологично разнообразие, икономическа жизнеспособност, качество на заетостта, социално равенство, удовлетворение на посетителите, местен контрол, социално благоденствие, ефективно използване на ресурсите, културно богатство, запазена природа и чиста околна среда. Прилагането на тези принципи би трябвало да намали несъответствията, т.е. асиметрията между правенето на значителни разходи за създаване на туристически продукт и продаването му на безценица; облагодетелстване на туристите за сметка на доходите на местната общност; ощетяване на туристите поради предлагане на нискокачествени услуги; ограничаване правото на индивидите да бъдат туристи в резултат на драстични гранични и визови ограничения и др.п. Или колкото по-стриктно се прилагат принципите на устойчиво развитие, толкова по-слабо ще се проявява асиметрията в нейните разновидности. Тяхното неспазване създава сигурни предпоставки за засилване на асиметричното развитие на туризма.

В икономико-пазарен аспект диалектичното единство между устойчиво и асиметрично развитие на туризма би трябвало да се възприема като съхранение, опазване и поддържане на стимулиращите обстоятелства, които определят обема и структурата на продажбите, ценовите равнища, пазарните позиции на участниците в транзакциите, стабилността на пазарните и бизнес отношенията, икономическите предимства за всички при съхраняване на различията, характерни за отделните видове и форми на туризъм, с оглед запазване на интереса на туристите към тях.

В управленски аспект, асиметрията и устойчивостта на развитието на туризма трябва да се търсят в съдържанието на разработваните и осъществявани от различните управленски субекти стратегии и политики, както и в нормативните параметри за тяхното изпълнение. Според Н.Янков (2006, с.103) "някои асиметрични състояния са постигнати целево, а други са резултат от вземане на неправилни решения под действие на различни субективни и обективни фактори." Допускането на диспропорции между търсене и предлагане, между ресурсно осигуряване и опазване на туристическото богатство на дестинацията, между благосъстояние на общността,

²⁴ Съществуват още предпоставки от общ характер като например геополитически позиции и имидж, цивилизационна принадлежност, териториален и общ ресурсен потенциал, технологично реноме, спазване и защита на човешки права и свободи, определящи мащабите на развитие на туризъм на конкретна територия. Тези предпоставки обаче не характеризират пряко явлението туризъм и затова не са обект на изследване.

²⁵ За разлика от някои схващания за устойчиво развитие като непрекъсната експанзия и растеж.

²⁶ Комисия на европейските общности, Брюксел, 2007 г.

приемаща туристи и техният комфорт и сигурност, между туристическа и обща инфраструктура, и т.н. би задълбочило асиметрията в развитието на туризма, включително до възникване на конфликти и дискриминиране на туризма. Разбирането на диалектичното единство между асиметрия и устойчивост в развитието на туризма от управленските субекти и от всички, ангажирани с предоставянето на туристически услуги би спестило излишно противопоставяне за важността и предимствата на различните видове туризъм, за значимостта на една или друга туристическа дестинация, за мащаба на платежоспособност на туристите, за ползите и негативите от развитието на туризма.

В социално-културен и мотивационен аспект диалектиката между асиметрия и устойчивост трябва да се свързва с конкретни ефекти върху ценностните системи на местните общности и туристите; ефект на подражание, възприемане на нови възгледи и личностно поведение и др.п. Те могат да бъдат както положителни така и отрицателни, съответно да увеличат интереса на туристите към дестинацията или да я „зачеркнат“ от бъдещ избор. За местните общности, измененията също могат да бъдат положителни – стремеж да се обогати общността с „привнесените“ от туристите начини на поведение или негативни – пренебрегване на местни традиции, морални и културни норми и др.п.

Основа за намаляване или преодоляване на проблемните страни в асиметричното развитие на туризма е реалното възприемане и прилагане на концепцията за устойчиво развитие с нейните принципи. Без да се изясняват подробно множеството определения, включително и дискуссионни позиции по същността на концепцията, тук, от позиция на авторската цел, ще я представим чрез определението на Федерацията на природните и националните паркове на Европа, което гласи: „Всички форми на туристическо развитие, управление и действия, които поддържат природната, социалната и икономическата интегрираност и благоденствие на естествените, съградените и културни ресурси във времето.“ (Цит. по Lindon, 1997, p. 268). Въвличането на различните общности, особено местните, в осъществяване на устойчиво развитие на туризма би трябвало да означава, че балансът на разходите и ползите (доходи, ефекти и др.) при различните видове действия трябва да се обвързва със зачитане ползите и загубите на различните индивиди и групи, добрите намерения да се превръщат в добри практики, да се знае, че съществуват граници за развитието на туризма в краткосрочен и средносрочен план. Търсенето на баланс би означавало търсенето на симетрия на равновесие в развитието на туризма на конкретна територия, съобразно нейния туристически потенциал.

3. Политики за съобразяване с или смекчаване на асиметриите в развитието на туризма

Разгледаните предпоставки за асиметричното развитие на туризма като негов атрибут често пораждат различни по характер и йерархия проблеми относно използване на конкретни територии за туризъм; степента на териториална и времева концентрация на туристите и тяхното обслужване; несъответствия между направени разходи, очаквани и получени резултати; дерегулация на локалния бизнес; „банализиране“ на предлаганите туристически продукти и др.п. От друга страна асиметрията, базирана на правилната експлоатация на уникални ресурси, автоматично формира мащабен и траен интерес към конкретна дестинация, прави я желана, лесно разпознаваема от туристите и конкурентоспособна. При адекватни действия за запазване на уникалността, ефектите от развитието на туризма са еднакво значими за всички участващи страни.

За намаляване, при възможност, отстраняване на негативните последици от асиметричното развитие на туризма са нужни политики, които могат да се групират в три основни направления: **политики за съхраняване притегателната сила на туристическите ресурси; политики за привличане и задържане на туристически поток, съобразно идентичността на дестинацията и политики за повишаване качеството на управленските решения относно развитието на туризма (възможни подходи, роля на образованието за създаване на професионални умения и туристическа култура, грижи за кадрите).**

Политиките за съхраняване притегателната сила на туристическите ресурси предполагат ангажименти за оценка на “изхабяването на притегателната сила“ на туристическите ресурси чрез мониторинг и контрол на базата на системи от стандарти и нормативи за регулиране на тяхната експлоатация, разработване на мерки за тяхното възобновяване и възможности за разширяване ако има такива. Могат да се предприемат действия за преориентиране от един вид ресурси към друг, например от природни към антропогенни или обратно; да се промени вида на туристическата суперструктура(от хотели към къщи за гости) и т.н. Политиките за диверсификация в експлоатацията на туристическите ресурси дават и нови възможности за разнообразяване на продуктовото портфолио на дестинацията. Прилагането на интегрирания подход позволява всеки конкретен бизнес да предлага нещо различно, а всички заедно да създават комплексния (тотален) туристически продукт на дестинацията.

Политики за привличане и задържане на туристически поток, съобразно идентичността на дестинацията се свързват основно с осъществяването на адекватен маркетинг.

Да се привличат и задържат туристи в конкретна дестинация е все-по трудно. Цитираният автор, Ian Yeoman (2010, с.7-9) отбелязва, че “туристите не могат да бъдат етикетирани съобразно техните очаквания и намерения – това, което казват и това, което правят са две изцяло различни неща. Да се сегментира бъдещия турист е изключително трудно.“ Същевременно, той извежда няколко важни характеристики на бъдещия турист (т.е. днешния, пред вид годината на направените прогнози – б.а) като: „винаги търси нещо ново; демонстрира персонална свобода – силно изразява самоличността си независимо от заобикалящите го различия; информира се не от авторитетни източници, а от социалните мрежи; екзотичните дестинации за него са норма за автентичност и връзка с локалната култура; демонстрира култура на нетърпението – времето на търпение е „един клик“, т.е. нано секунди; осъществява няколко туристически пътувания в годината; търси функционални продукти с изявена стойност, търси промоции; той си е индивидуален туроператор; свързва туризма винаги с веселие, отмора, развлечения, личностно обогатяване и преживявания.“

От позиция на необходимото обвързване на поведенческите характеристики на туристите със създаването на адекватни туристически продукти и получаване на очакваните резултати от развитието на туризма, значително нараства ролята на маркетинга за правилното позициониране на всяка дестинация. По своята същност, позиционирането като процес и резултат, е борба за възприятията на клиентите, които вярват в това, в което искат да вярват, и харесват онова, което искат да харесват. В „ерата на смартфона“ дигиталният маркетинг става все по-значим. Според Вилма Коркоран, изпълнителен маркетингов директор от Кейп Таун, социалните мрежи са „лагерния огън“ около който се разказват истории от момента на резервацията дълго след приключване на пътуването.“ Дигиталният маркетинг предполага прилагането на политики чрез

които да се постигне висока степен на персонализация на връзката (комуникацията) с потенциалните и реалните туристи. Съвременните технически и технологически способности значително улесняват изпълнението на такива политики (многоканално, непрекъснато предлагане на информация), включително като намаляват и разходите. Облекчаването на процеса на комуникация от гледна точка на разходите за техническо изпълнение и разпространение на посланията е предпоставка, повече средства макар и при ограничени бюджети, да се насочават към създаване на впечатляващо съдържание, съобразено с опознатите нагласи и очакванията на потенциалните туристи. Резултатът трябва да е предоставяне на необходимото за потенциалните и реалните туристи съдържание, както и формиране на емоционална връзка между “казвано и показвано“. Важно е да се следят приомите на конкурентите, (например: “Да се срещнем в Париж“, слоган на френски туристически сайт или „Създай своите спомени“ – телевизионна реклама на дестинация Турция) но не да се копирират, а да се търси оригинално решение. М.К.Моасе (2021, с.92) отбелязва, че... “В съвременните рекламни послания историята е особено важна. И емоцията, разбира се, но тя е още по-силна, когато е подкрепена от приказка, в която да се живееш.“

Политиките за осъществяване на мащабни, обосновани маркетингови действия, концентрирани около опознаване и привличане на подходящите за идентичността на дестинацията туристи; за осигуряване на възможност на малкия и среден бизнес, с изключително голям дял в сферата на туризма, да ползва маркетингова информация, която той няма компетенциите и финансовите средства да получи самостоятелно; осигуряването на полезна и обоснована информация за конкурентите са без алтернатива.

Политики за повишаване качеството на управленските решения относно развитието на туризма(възможни подходи, роля на образованието за създаване на професионални умения и туристическа култура, грижи за кадрите).

За туризма не може да се мисли и действа схематично, динамиката в неговото развитие изисква гъвкавост, бърза съобразителност и комбинативност. Творческото мислене и действие създават иновации в туристическите дейности, регенерират туристическия продукт, създават притегателна атмосфера в дестинацията и утвърждават нейния имидж.

Компетентността на субективния фактор се превръща в първа по важност препоставка за формиране на туристическата идентичност на дестинацията и нейното разпознаване, и избиране от съответстващите на тази идентичност туристи. Използването на новите технологични решения допринася ефективно за прозрачност, приоритизиране на мерки и бъдещи сценарии, важни за отговорното управление на туризма и неговите въздействия. Променящите се начини на пътуване и пребиваване, нарастващия персонализиран опит на туристите, новите онлайн бизнес модели и ролята на предприемачите за създаването на качествени туристически продукти налагат политики на партньорство между всички заинтересувани субекти. Според Н.Янков(2006, с.107-108) “балансирането като дейност е трудно в един хаотично развиващ се свят, хаос както в икономическите системи, така и в тяхната обща околна среда.“ Той смята, че с прилагането на диади²⁷ като средство за разкриване на икономически асиметрии, представляващи “същности, разглеждани като чифт противоположности, третираны като едно: комбинирана сила на две страни. Целта на една диада е да се установи каква е и каква трябва да

²⁷ диада – двоен ; двойственост

бъде връзката, конфигурацията (симетрична или асиметрична), отношението, нормата между две страни(например между“да“ и „не“), когато трябва да се вземе управленско решение.“ Според автора „ диадите представляват качествени баланси, с които се установяват не само пропорции между разполагаеми ресурси и тяхното разпределение за бъдещи периоди, но се съчетават интереси, действия, процеси...очертават се зони на равновесие с граници “от-до“.“ Прилагането на диади в сферата на туризма изисква провеждане на политики за интегриране на интересите на всички заинтересувани страни макар че интересите им не са еднопосочни.

Политиките в областта на получаването на професионални компетенции и умения от хората, ангажирани в сферата на туризма за различните видове активност, трябва да осигуряват еднакво качествени образование и квалификации, независимо от равнището и продължителността на обученията.Те трябва да гарантират актуалност и приложимост на преподаваните знания и умения. Еднакво внимание трябва да се отделя процеса на обучение и на образованието и компетентността като резултати от обучителния процес.

Политиките за формиране на туристическа култура чрез създаване на позитивно отношение на местното население към природните дадености и културно-историческото наследство, на траен интерес към провежданите специални събития, на добронамерено отношение и готовност за оказване на съдействие към туристите, посещаващи дестинацията, също са предпоставка за устойчиво развитие туризма. При масовото споделяне на емоции, преживявания и оценки в социалните мрежи много бързо интригуващата информация може да се превърне във фактор, предизвикващ желание за посещение и предприемане на туристическо пътуване.

Специален приоритет за намаляване на асиметриите в развитието на туризма и подпомагане на неговата устойчивост трябва да имат политиките за ангажиране и задържане в туристическия бизнес на компетентни професионалисти. Мащабното развитие на туризма в света генерира недостиг на квалифициран персонал. В пазара на труда, всеки висококвалифициран специалист търси най-добрите условия за реализация и се ангажира да работи там, където те му се предлагат.Наблюдава се явлението“кражба“ на кадри. Политиките по отношение на кадрите трябва да осигуряват подходящи условия на труд, адекватно заплащане, поощрения за усъвършенстване, защита на законово определените права и др.п.

4. Оценка на развитието на туризма в дестинация България според Индекса за туристическа конкурентоспособност

По данни на Министерството на туризма, през 2019 г.страната е посетена от 9 311 681 туристи. По цел на посещение, те се разпределят както следва:62.9% за ваканция и почивка;18.9% за бизнес;6.7% гостуване и 11.4% с други цели.²⁸ От водещите 10 емитивни пазари за дестинацията, четири са страни,членки на Европейския съюз. В низходящ ред те са:Румъния,Гърция,Германия и Полша.Шесте водещи емитивни пазари за дестинацията извън Европейския съюз в низходящ ред са: Турция, Република Северна Македония(РСМ), Украйна, Великобритания ,Русия и Сърбия. Емитивните пазари от Европейския съюз формират общо 60.8% от туристическите посещения.Същевременно се наблюдава значителна динамика на туристическите пътувания към България. Ръст с над 10% се отбелязва за пазарите

²⁸ Забележка: навярно липсващият 0.1% до 100% се дължи на статистическа грешка.

Великобритания, Австрия, Унгария, Ирландия, Хърватия, Естония, Кипър и Португалия.²⁹ Ръст под 10% отбелязват Гърция, Франция, Нидерландия и Белгия. Спад с над 10% се отбелязва за пазарите Германия, Швеция, Литва, Финландия, Словения, Люксембург и Малта.³⁰ Спад под 10% регистрират Румъния, Полша, Чехия, Италия, Испания, Словакия, Дания и Латвия.

Туристическите пътувания на българските граждани в чужбина, общо 7 006 585, са силно концентрирани в Турция и Гърция -3 082 693; Румъния и Сърбия-1 069 029; Германия и РСМ-875 374; Италия и Австрия – 477 122; Испания и Великобритания -381 550.³¹ За останалите 40 дестинации, за които са регистрирани данни, броят на туристическите посещения на българските граждани, който е 1 120 817 се разпределя от 159 427 за Франция до 1362 за Египет. Тук също се наблюдава съществена динамика. Най-големи ръстове бележат дестинациите Грузия - 530.7%; Босна и Херцеговина -106.2%; Черна гора-56.2%; Китай-37.9%; Япония-36.3%; Албания-34.5%; Хърватия-16.7; Египет-16.2%. Най-голям спад се регистрира за Беларус-57.5%; Армения-52.4%; Катар-42%; Молдова-38.9%; Монако-31.9%; ОАЕ-24.6% и Литва-23.6%. Превесът на туристическите посещения на чуждестранните туристи с около една трета спрямо изходящите пътувания на българските граждани в чужбина характеризират България като туристическа дестинация.

Според информация от сателитните сметки на НСИ (2020), крайното потребление на стоки и услуги от чуждестранни и български туристи възлиза на 8467.49 млн.лева като 70% от тази сума в размер на 5827.14 млн.лева е за характерни туристически услуги, а 2640.35 млн.лева или 30% за друго потребление. Сумата за характерни туристически услуги има следната структура: 39% или 2153.79 млн.лева са от места за настаняване; 34% или 2061.18 млн.лева са от заведения за хранене и развлечения; 27% или 1612.17 млн.лева са реализирани от други туристически услуги. Делът на транспортните услуги в позицията „други туристически услуги“ е 47%.

Пазарният дял на дестинация България по отношение на туристическите посещения е 1.3%, а по отношение на обема на приходите от тях – 0.7% (UNWTO, 2020). От гледна точка на световния туризъм, тези дялове са пренебрежително малки, но за страната участието ѝ на туристическия пазар е от съществено значение поради потенциала, който има да развива туризъм и неговото значение за националната икономика. Ето защо тук ще търсим оценка на възможностите на страната да се позиционира конкурентоспособно сред всички дестинации, за които се предоставят и анализират данни. Докладът “ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019” на Световния икономически форум в Давос предоставя възможността да анализираме как светът “гледа” на България като туристическа дестинация.

В “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019” разпределението на туристическите посещения за Европа по райони е както следва: Западна Европа -50%; Южна Европа-27%;

²⁹ Най-големи са ръстовете от Хърватия-31.1%; Унгария-28.7%; Ирландия-25.3%; Великобритания-20.7%; Естония-18.9% и Кипър-15.6%.

³⁰ Най-голям е спадът от емитивен пазар Швеция-23.5%. Следват: Малта -24.3%; Словения-22.4%; Литва-18.6% и Финландия-16.7%. Макар туристическите посещения от тези пазари да са ограничени в диапазона 38000-3500, намаляването им с почти една трета за Швеция, Словения и Малта, и с една пета за Финландия и Литва означава загуба на повече от 32000 туристически посещения за дестинацията само от тези пазари.

³¹ Групирането е на база сходен среден брой посещения. За Турция и Гърция той е около милион и половина за всяка страна; за Румъния и Сърбия – средно по 500000; за Германия и РСМ – средно по около 430000; за Италия и Австрия – средно по около 230000; за Испания и Великобритания – по около 190000.

Северна Европа-4%; Евразия-11% и Източна Европа, и Балкански страни³²-8%. Според изчисления комплексен индекс на туристическа конкурентоспособност, **България е на 45 позиция в света** от 140 анализирани страни(икономики). Същевременно, по стойност на общата оценка - 4.2³³, дестинацията е на 10 позиция сред най-високо оценените европейски дестинации.³⁴

За да има основание за формулиране на възможни политики за развитие на устойчив туризъм в дестинация България търсим асиметриите (силните и слабите страни) за страната първо спрямо съседните ни страни - Турция, Гърция, РСМ, Сърбия и Румъния, които са основни емитивни пазари за дестинацията, но и конкуренти. Страната се позиционира след Гърция - 4.5, Турция - 4.2³⁵, но преди Румъния - 4.0; Сърбия - 3.6 и РСМ - 3.4.

Според данните за субиндексите, които формират стойността на комплексния индекс за туристическа конкурентоспособност, изведени в Анекса към цитирания доклад, оценките за **субиндекс “благоприятна среда”** са както следва: Румъния - 5.2; България-5.2(второ място); Гърция и Сърбия – по 5.2; РСМ - 4.9 и Турция - 4.6; за **субиндекс“улеснения за пътуване“** ранжирането е както следва: Гърция и България - по 4.8(второ място); Турция и Румъния – по 4.5; Сърбия-4.3 и РСМ-3.8; за **субиндекс „обща инфраструктура“** България е на трето място - 4.0 след Гърция – 4.8 и Турция – 4.4. преди Румъния-3.5; Сърбия-3.2 и РСМ-3.0; стойностите на **субиндекса “природни и културни ресурси“** отново ранжират България на трето място - 2.9. Водеща е Гърция - 3.4, следвана от Турция -3.3, а след България се подреждат Румъния -2.8; Сърбия -1.9 и РСМ-1.8. Прави впечатление ниската стойност на оценките за всички дестинации. Всяка от тях разчита на особеностите на природните и културните си ресурси за развитие на туризъм. Ситуирани в световен план очевидно те отстъпват на други, по-конкурентни дестинации. Отделен **субиндекс само за “природни ресурси“** променя ранжирането без обаче съществена промяна в стойността на оценките. България заема водеща позиция – 3.7, следвана от Гърция- 3.5; Румъния-3.2, Турция-2.8; РСМ-2.2 и Сърбия-2.1. Според оценките за **субиндекс „бизнес среда“** България е най-привлекателна за инвестиции - 4.4, следвана от Турция, Сърбия и Румъния със същата оценка; РСМ - 4.3 и Гърция- 3.9; оценката за **субиндекс „ сигурност“** отрежда на България предпоследно място -5.2., следвана от РСМ - 5.2 и Турция - 4.3. Водеща е Румъния – 6.0, следвана от Гърция-5.6 и Сърбия -5.5. Прави впечатление общото високо равнище на оценките.

Високи стойности имат оценките по **субиндекс „здраве и хигиена“**. България е водеща, с оценка близка до максималната - 6.7. Следват: Гърция - 6.5; Сърбия -6.3; Румъния - 6.1; РСМ - 6.0 и Турция- 5.5. Оценките за **субиндекс „човешки ресурси и трудови пазари“**, отново отреждат на България трето място - 4.6, предвождана от Сърбия и Гърция - по 4.7, следвана от Румъния - 4.5; Турция - 4.2 и РСМ - 4.1. Ранжирането на България по **субиндекс “отзивчивост“**

³² В тази група са включени по реда на изчисления общ индекс на туристическа конкурентоспособност Словения -36 позиция; Полша-42; България-45; Унгария-48; Румъния-56; Словакия-60; Черна гора-67; Сърбия-83; Албания-86; Република Северна Македония-101; Молдова-103 и Босна и Херцеговина -105 позиция.

³³ Скалата на оценките е 1-7, при 1-най-ниска оценка и 7 – най-висока оценка.

³⁴ Водещи са: Испания -5.4, ранг -1; Франция-5.4, ранг-2; Италия -5.1, ранг-8; Швейцария-5.0, ранг-10; Австрия-5.0, ранг-11; Гърция—4.5, ранг-25; Хърватия-4.5, ранг-27; Словения-4.3, ранг 36, следвана от Турция-4.2, и ранг 43.

³⁵ Според методиката за изчисляване на индекса за туристическа конкурентоспособност, при равни балови оценки, по-предна позиция заема страната, която е показала напредък по отношение на стойността на отделни субиндекси.

е на втора позиция -5.2. Водеща е Гърция също с оценка 5.2. Със същата оценка Румъния заема трета позиция, а след нея се подреждат Сърбия – 5.1; РСМ- 4.7 и Турция - 4.6. Според оценките за **субиндекс „приоритетност за пътуване и туризъм“**, т.е. избор на дестинацията, България е отново на трето място -4.7, чувствително след Гърция-5.6 и Турция- 5.1, следвана от Румъния - 4.1; Сърбия - 3.9 и РСМ - 3.7. С оценка 3.9 за **субиндекс „отвореност към света“** България отново е на трета позиция. Първа е Гърция - 4.1, втора е Румъния - 3.9. Следват Турция - 3.8; Сърбия - 3.2 и РСМ - 2.3. Оценката за **субиндекс „ценова конкурентоспособност“** отрежда на България второ място -5.7. Водеща е РСМ -5.8. Следват: Турция - 5.6; Румъния -5.6; Сърбия - 5.5. Последната позиция е за Гърция - 4.9. Близостта на оценките и техните стойности показват, че цената е сериозен конкурентен механизъм за всяка от дестинациите. Според оценките за **субиндекс „устойчивост на околната среда“** България е водеща дестинация – 4.8. Следват: Гърция и Сърбия с по 4.5; Румъния – 4.4; Турция - 3.7 и РСМ - 3.6. Оценките за **субиндекс „инфраструктура на въздушния транспорт“** ранжират изследваните дестинации в два полюса. Водещи са Гърция - 4.8 и Турция - 4.7, а изоставащи са Румъния - 2.7; България на четвърто място -2.7; Сърбия - 2.6 и РСМ - 2.4. Ниски са оценките и за **субиндекс „наземна и пристанищна инфраструктура“**. България е на трето място – 3.2 след Гърция - 3.8 и Турция -3.6. Следват: Румъния – 3.1; Сърбия - 3.0 и РСМ - 2.6. Оценката 6.0 за България за **субиндекс „инфраструктура за туристически услуги“** я извежда на водеща позиция. Следват: Гърция - 5.8; Турция - 5.0; Румъния – 4.6, Сърбия и РСМ с равни оценки – 3.9. **Субиндексът „културни ресурси за туризъм и бизнес пътувания“**, обаче е с ниски стойности на оценките за изследваните дестинации и ранжира България на четвърто място – 2.1. Преди нея са Турция - 3.8; Гърция - 3.3; Румъния -2.3, а след нея Сърбия - 1.7 и РСМ- 1.4.

Вторият опит за разкриване на конкурентните позиции на дестинация България (силни и слаби страни) се базира на обвързване на установените от Министерството на туризма основни за страната конкурентни дестинации по видове туризъм, отбелязани в документа “Годишна програма за национална туристическа реклама 2020“ (<http://bahe.bg/wp-content/uploads/2019107>) и техния ранг според индекса на туристическа конкурентоспособност. При 45-та позиция на България се получава следното ранжиране: за основните конкуренти за **морски ваканционен туризъм**: Гърция - 25; Хърватия - 27; Турция - 43. **България е най-близко по конкурентоспособност до Турция.** Водеща е Гърция; за основните конкуренти за **ски туризъм**: Франция - 2; Италия - 8; Швейцария - 10; Австрия -11; Словения -36. **България е сравнително далеч по-малко конкурентна дестинация дори и от Словения.** Водеща е Франция; за основните конкуренти за **здравен туризъм**: Чехия - 38; Турция -43; Унгария - 48. **България има шанс да бъде конкурентоспособна.** Водеща е Чехия; за основните конкуренти за **културен туризъм**: Испания - 1; Италия - 8; Гърция - 25; Турция - 43; Румъния - 56. **Конкурентният диапазон е твърде голям за да може да се определи конкурентоспособността на България.** Интересно, защо липсва Франция - 2. Водеща е Испания; за основните конкуренти за **еко туризъм**: Испания -1; Швейцария -10; Австрия - 11; Хърватия - 27; Словения - 36. **България е на значително по-задна позиция.** Водеща е Испания; за основните конкуренти за **селски туризъм**: Австрия -11; Гърция -25; Хърватия -27; Словения - 36; Турция - 43; Румъния - 56. **България има шанс да се позиционира по-близо или преди Турция.** Водеща е Австрия; за основните конкуренти за **винен и гурме туризъм**: Франция - 2; Италия - 8; Швейцария - 10; Австрия -11; Словения - 36. **България е слабо конкурентна с ранг 45.** Водеща е Франция; за

основните конкуренти за голф туризъм: Франция - 2; Австрия - 11; Гърция - 25; Хърватия - 27; Турция - 43. Конкурентната позиция на България е близка до Турция. Водеща е Франция.

5. Политики за устойчиво развитие на туризма в дестинация България

Информацията от Евростат за регионалното разпределение на туристическите пътувания и за реализираните от туристите нощувки в България, данните от Министерството на туризма, Световната туристическа организация и НСИ за обема и структурата на международния туризъм и обемите на крайното туристическо потребление в страната, оценките за нейната конкурентоспособност чрез индексът за туристическа конкурентоспособност могат да служат като ориентири за акцентите в прилагането на политиките за смекчаване или преодоляване на съществуващите асиметрии, с оглед осигуряване на устойчиво развитие на туризма в дестинацията.

Политиките за съхраняване притегателната сила на туристическите ресурси на страната са от първостепенно значение.

В България балансът между туристически ресурси, инфра и суперструктура е нарушен. Суперструктурата в пъти превишава потенциала на природните морски и планински туристически ресурси, гарантиращи развитието на двата най-масови видове туризъм – морски ваканционен и зимен планински. Плажната ивица е с намален капацитет поради застрояването ѝ и начина на нейната експлоатация (концесиониране и отдаване под наем), който я превръща от незаменим ресурс в краткотрайна стока, от която се очакват бързи и високи печалби. Процесите на екстензивно усвояване на планински терени чрез масова сеч, браконьерство по отношение на флора и фауна, нерегламентирани сметища и др.п. води до свлачища, замърсяване на езера, реки и язовири, изчезване на биологични видове. Не се спазват предписанията относно защитените територии. Презастрояват се, при това без да се спазват общи изисквания за архитектурно оформление спрямо традиционните стилове, такива уникални туристически места като Арбанаси и Трявна. Културно-историческото наследство не се стопанисва с „грижата на добър стопанин“ и не се социализира за туристите (труден достъп, липса на информация и допълнителни услуги, езикова бариера за чуждестранните туристи). Осъществяват се произволни реставрации на антични и средновековни паметници в името на развитието на туризма. Голямото богатство на минерални води само частично е оползотворено в стандартизирани, висококачествени уелнес и СПА продукти. Политиките за опазване на туристическите ресурси, както и за регенериране на изтощените от експлоатация, трябва да реализират съществуващите предписания в достатъчно на брой нормативни документи както и в множеството, различни проектни разработки в тази област. Те трябва да гарантират мониторинг на състоянието на ресурсите и цяла система от санкции за субектите, неспазващи установените правила.

Политиките за привличане и задържане на туристически поток, съобразно идентичността на дестинацията трябва да предполагат действия за значително подобряване на практиките, свързани с маркетинга на дестинацията. Маркетинговата практика в българския туристически сектор е частична, епизодична и непълна. От 2008 година не се предприемат ежегодни, комплексни проучвания за поведението на туристите. Осъществено е преди години проучване “10 основни пазари за дестинация България“преповтори позната информация, без особена оперативна стойност за обособяване на потенциала на различните сегменти туристи, към които основно трябва да се насочи разработването на продукти от туристическото продуктово портфолио на дестинацията както и комуникационната политика. От позиционирането на

страната спрямо така наречените “основни“ конкуренти е видно, че тя е доста по-слабо конкурентна за всички споменати видове туризъм. От гледна точка на конкурентоспособността на дестинацията по отношение на района, т.е. съседните страни - конкуренти, нейните качества се очертават много по-добре.

Политиките за обособяване на туристическата идентичност на дестинация България при формиране на портфолиото на нейния комплексен туристически продукут е добре преимуществено да отразяват нейната култура, особено нематериалното културно наследство на основата на всички видове и форми на фолклора. Предпоставка за подобна ориентация е масовото възраждане на интереса на населението към фолклора, както и растящите популярност, и интерес към него в чужбина. Ниските оценки за дестинацията по субиндексите “природни и културни ресурси“ и “културни ресурси за туризъм и бизнес пътувания“, при висока самостоятелна оценка на субиндекс “природни ресурси“ показва, че културната идентичност на дестинацията е непозната.

Политиките за повишаване качеството на управленските решения относно развитието на туризма(възможни подходи, роля на образованието за създаване на професионални умения и туристическа култура, грижи за кадрите) трябва да повишат ролята на Министерството на туризма и на браншовите организации за мобилизиране на малкия туристически бизнес –туроператори, транспортъори, обекти за хранене и развлечение, обекти за туристически атракции, места за настаняване с под 10 легла. които са десетки хиляди и общо предоставят значителен обем туристически услуги и стоки, но самостоятелно са слаби икономически и финансови структури. Една от сферите за приложение на политиките за подпомагане например може да бъде съдействие за създаване на конкретни оригинални продукти на база разработените чрез Министерството на туризма различни маршрути на територията на страната по видове туризъм.Електронната връзка със всеки маршрут показва неговия обхват и описание на включените обекти. Нито един от тези маршрути обаче не представлява конкретен туристически продукт. Пример за конкретен продукт под названието“Вино авантюри“ може да бъде намерен на адрес www.wineadventures.bg@gmail.com .Разработването на оригинални туристически продукти на база на маршрутите би формирало изключително атрактивно продуктово портфолио.

Един от основните приоритети на Министерството на туризма,а и на браншовите организации трябва да бъдат политиките, гарантиращи непрекъсната грижа за туристическите кадри. Страната има много добра, многостепенна, образователна система за подготовка на професионалисти за нуждите на туризма. Проблемът е, че подготвените кадри избират да работят в чужбина или в други сфери, а страната се ангажира да привлича кадри от чужбина, в повечето случаи с ниска или липсваща подходяща квалификация. Ниското заплащане, краткото сезонно ангажиране, условията на труд, създават дисонанс между получена квалификация и професионалната реализация. Известно е, че в туризма без добри професионалисти, които с уменията си осигуряват комфорта и преживяванията на туристите, не може да се създаде качествен туристически продукт. Политиките, осигуряващи необходимите квалифицирани специалисти намаляват асиметриите по отношение на направени комплексни разходи за развитие на туризма и крайните резултати от това развитие.

Вместо заключение

Фактите, разсъжденията, формулираните оценки и коментарите в настоящото изследване разкриват многопластовия аспект на асиметричното развитие на туризма. В определени случаи то е благоприятно, в други – неблагоприятно. За някои туристически дестинации (например островни), асиметрията се изразява в монопол на туризма поради отсъствие на други икономически възможности за развитие, независимо, че резултатите и ефектите са ниски. За други туристически дестинации, туризмът представлява сериозна възможност за диверсификация на икономиката и източник на значителни печалби (например САЩ). Различните комбинации от обективни и субективни предпоставки превръщат асиметрията в развитието на туризма в източник на позитиви или на негативи за дестинациите (в изследвания случай) или за емитивните пазари (за които трябва да се направи отделно изследване). Възможностите за влияние върху асиметричното развитие на туризма са изцяло избор на субективния фактор.

Библиографска справка

- Моасе М.К., „Силата на визуалната метафора или портрет на преживяването.“ в сп. BGlobal, бр.3, 2021
- Ракаджийска Св., „Устойчив туризъм чрез сегментиране на пазара и диверсифициране на туристическия продукт“ в Сб. „Туризм, иновации, стратегии“, „Флат“, Бургас, 2017, с.9-26
- Янков Н. „Диадите – средство за определяне на икономически асиметрии“ в Сб. „Икономически асиметрии в обединена Европа“, акад. изд. „Ценов“, Свищов, 2006
- Министерство на туризма: „Статистически данни за международен туризъм“, <https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statesticheski-danni>
- Национален статистически институт: „Сателитни сметки за туризъм“, <https://www.nsi.bg/content/1847/tourism>
- Ian Yeoman, "Fluid and Simple Identities" in Journal of Globalization Studies, Vol.1N2, November 2010, pp 6-28
- Les Lindon, "Tourism Marketing International, Thomson Press, 1997
- Rakadzhyska Sv. "Trends in the Development of Tourist Destinations", в сп. "Инфраструктура и комуникации" № 9, УНСС, 2014, с.36-42
- Eurostat: "Tourism statistics at regional level", <https://ec.europa.eu/index.php>
- UNWTO, "International Tourism Highlights 2020/International Tourism Trends 2019", <https://www.unwto.org>
- WEF, "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019" Davos, 2019
- WTTC, "Economic Impact 2019", <https://www.wttc.org>

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД СЪБИТИЙНИЯ ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19

Доц. д-р Петя Иванова³⁶, Докт. Лилия Петкова³⁷

Резюме

Съвременната среда доминирана от COVID-19 и свързаната с това заболяване световна пандемична обстановка добавят като перманентно изискване биологичната сигурност на организатори, участници и зрители при провеждане на специални събития. Ограниченията при пътуване и спазването на социална дистанция практически рефлектираха върху невъзможност за реализация в конвенционален вид на събитийния туризъм. Търсенето на решения, доведе до развитие на хибридните форми при които се забелязва смесване на виртуалния и реалния свят.

В доклада се прави опит за систематизиране и представяне на основни изменения в начина на провеждане на специални събития и произтичащите изменения в събитийния туризъм, в следствие на пандемията COVID-19. Специално място е отделено на проблемите, пред които е изправена събитийната и туристическа индустрия. Разгледани са прогнозите и са очертани определени препоръки за бъдещо развитие на събитийния туризъм.

Ключови думи: събитийна индустрия, събитийен туризъм, пандемична обстановка, хибридни събития

JEL codes: H12, L83, Z32

1. Въведение

Предаването от човек на човек на заразата от COVID-19 наложи като основна мярка физическата дистанция и рестрикции за пътуване. Международният туризъм се сви със затварянето на границите на страните. Правителствата препоръчаха и впоследствие регламентираха избягването на масови събирания, отлагане или отмяна на големи публични събития. Прекъсна се дейността на хотелите и ресторантите в повечето страни в света, което доведе до висок процент на безработица в глобален мащаб.

Пандемията доведе до сериозни социално-икономически смущения и една от най-големите рецесии в историята на човечеството. Средство за превенция на риска от заразяване с тази болест е самоизолация и спазване на дистанция между хората, ето защо бяха предприети мерки за намаляване и забрана за физическо присъствие на хората на масови събития. Това доведе до отмяна или отлагане на спортни, политически, религиозни и културни събития. Събитийният туризъм, който съчетава предлагането на събитийната и туристическата индустрия изпадна в криза.

На фона на казаното изпъква значимостта на разглеждане на проблемите и предизвикателствата пред събитийния туризъм. Авторите *си поставят за цел* да проучат измененията под въздействието на Covid-19, както и да представят определени тенденции и перспективи пред събитийния туризъм. Имайки предвид естеството на това изследване като *най-подходящ метод* е избрано документалното проучване, ориентирано в две посоки: първата е основана на наблюдения и дискусии на професионалисти по управление на събития и на специализирани органи и асоциации, а втората е основана на вторични данни.

³⁶ Стопанска академия „Д. А. Ценов“, Свищов

³⁷ Стопанска академия „Д. А. Ценов“, Свищов

Участието на авторите е както следва: Докторант Лилия Петкова – абзац първи на т.3; Доц. д-р Петя Иванова – останалата част.

Разработката се състои от три основни части. В първата част са разгледани принципните уроци от кризата в събитийния туризъм под влияние на Covid-19. Фокус на следващата част са текущите изменения и отражението им върху бъдещото развитие. Във финалната част са дадени обобщения и препоръки.

2. Кризата в събитийната и туристическата индустрия породена от Covid-19

Ретроспективният преглед върху определенията за криза показва, че те в голяма степен остават последователни във времето (Hermann, 1963), (Frandsen & Johnstone, 2010). Кризата се свързва с непредвидим и неочакван инцидент, който може да застраши постигането на стратегическите цели на организацията, изискваща бързи временни решения в обсега на действие на мениджмънта. Друга група автори определят по подобен начин кризата като неочаквано нарушение на системата на една организация и следователно нейното съществуване (Orchiston, Prayag, & Brown, 2016). Предвид честата им поява и влияние, темата за кризите все по-често се появява в научните изследвания. Примерите за кризи са много: световна финансова криза, природни бедствия и катаклизми, терористични актове, миграционни вълни, пандемии и т.н. Кризите могат да бъдат разнообразни по своя характер и с продължителни последици. Научните разработки по отношение реакциите на организациите при кризи (в това число планиране на такива преди и след), могат да бъдат систематизирани в две ключови направления: управление на кризи и устойчивост (Doern, 2016). В рамките на тези две ключови концепции се забелязват различия по отношение на това кои заинтересовани страни да бъдат включени в процеса, проактивен или реактивен подход да се прилага, фокусиране върху планиране преди/след, но като цяло всички те са в рамките на философията за мениджмънт на възстановяването (Williams, Gruber, Sutcliffe, Shepherd, & Zhao, 2017).

На организационно ниво кризисния мениджмънт се свързва със стратегическо планиране, включително оперативна координация за подготовка и реакция на опасностите, които могат да спрат или прекъснат оперативните дейности (Herbane, 2013). Във фокуса на литературата за кризисен мениджмънт е характерът и степента на планиране, превантивните стратегически мерки и практики, ролята на заинтересованите страни и общностите, както и уроците след кризата. Ограничено и в определен контекст, но изключителен акцент в литературата се забелязва по отношение ролята на участниците – индивиди, организации и общности в омаловажаване на смущенията, причинени от кризи (Spillan & Hough, 2003). Признава се решаващата роля на мениджърите по време на криза и най-вече убежденията, ценностите и решимостта на висшите мениджъри пряко изложени на кризата (Pauchant & Mithroff, 1990, V.38, N2). В своя публикация Pauchant и Mitroff (Pauchant & Mitroff, 1992) предлагат рамка за подготовка при кризи, която включва пет етапа: (i) откриване на сигнал (очакване), (ii) подготовка (изграждане на капацитет, например обучения), (iii) ограничаване (ограничаване на по-нататъшни повторни удари), (iv) възстановяване (оперативни дейности за възстановяване на контрола/привеждане в съответствие) и (v) извеждане на поуки (показатели за ефективността на фирмата през кризата). Впоследствие различни учени са предлагали и развивали етапите за управление при кризи като три фази са общи: (i) преди кризата (фокусира се върху планирането от гледна точка на предвиждане и идентифициране на въздействието на кризата), (ii) по време на кризата (прилагане на превантивни мерки), (iii) след криза (ключови избори за организационно обучение) (Bundy, Pharrer, Colle, & Coombs, 2016). Предвид факта, че пандемията COVID-19 не бе очаквана от бизнеса в целия свят, но той е изложен на нейното влияние, изследвания са

фокусирани върху влиянието по време и последиците след пандемията. Изменения в ключови аспекти от развитието на туризма са представени в Таблица 1.

Таблица 1. Туризмът преди и след кризата Covid – 19 (Vargas-Sanches, 2021)

Туризм	
Преди (От)	След (Към)
Повече Либерализация	Повече контрол (санитарен, капацитет, дистанция и др.)
Повече Глобализация	Повече Регионализация
Динамизъм	Изменчивост, Несигурност, Комплексност и Неопределеност (VUCA – Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity)
Конкуренция	Хипер конкуренция
Креативност	Изключителна креативност
Гъвкавост и Пъргавина	Изключителна Гъвкавост и Пъргавина
3Ps Модел на управление (Public-Private Partnership)	4Ps Модел на управление (Public- Private-People Partnership)
Преживявания	Регеренативни преживявания (за духа и тялото)
Физическа социализация	Социализация със засилено виртуално присъствие
Дигитализация	Роботизация и Изкуствен интелект

Източник: Vargas-Sanches, A. *A new tourism governance for a new time?*// Hight-level Conference TORMAN 2021. On-line, May 2021.

В сектора на туризма кризисния мениджмънт е ориентиран предимно към справяне с краткотрайни природни бедствия. Предвид продължителния и сложен характер на пандемията COVID-19 се говори за адаптивна устойчивост да поемат натиска от външни и вътрешни заплахи. Устойчивостта се фокусира върху разработването на процеси, чрез които участниците могат да се идентифицират, адаптират и използват ресурсите за противодействие на проблемите преди, по време и след криза за надеждно функциониране. В сферата на кризисния мениджмънт концепцията за продължаващ бизнес мениджмънт (BCM – Business Continuity Management) подчертава значението на мобилизирането на организационни ресурси. Идеята е бизнесът да формализира, структурира и разпределя ресурси в случай на криза, така че бедствието да бъде смекчено ефективно (Вж. Таблица 2). Предполага реактивна стратегия на непредвидени ситуации. Освен това фокусът на ВМС е върху индивидуалността на една организация да създава устойчивост чрез активна мобилизация на своите ресурси (Faisal, Albrecht, & Coetzee, 2020).

Таблица 2. Стратегически подход в след Covid-19 сценарий: някои препоръки

Какво да се избягва (инерции за обръщане)	Какво да се прави (действия за изследване)
Инерции към промоционално базиран подход	Систематично управление базирано на данни: логика, управлявана от данни
Инерцията „бизнес както обикновено“	Проследяване развитието на технологиите и използване на туристически смарт модели

Инерцията „управление както обикновено“	Понижаване на цените? Това зависи от фактори като стратегическо позициониране, пазарен сегмент.....
(Културна) инерция към разделение и не споделяне (данни, идеи....)	Пазарна диверсификация за да станат по-гъвкави и оцеляващи
Инерцията да се оставиш да бъдеш воден от фатализъм	Култивиране на концепция за възстановителен и регеративен туризъм

Източник: Vargas-Sanches, A. A new tourism governance for a new time?// Hight-level Conference TORMAN 2021. On-line, May 2021.

Всеобщо мнение е, че практиките при управление на туризма трябва да бъдат преразгледани в контекста на безпрецедентно въздействащата пандемия, породена от COVID-19. Пандемията показва, че какъвто и напредък да реализира човешкото развитие, то той е изложен на риск. Голяма част от рисковете са известни и светът колективно разполага с експертиза и ресурси за тяхното управление. Трябва обаче да се изгради здравина и устойчивост на рискове, които не са известни и проучени все още. Ключов урок от пандемията е, че управлението на риска трябва да е част от еволюцията в управлението на туризма (Вж Таблица 3).

Таблица 3. Еволюция в управлението на туризма

Основна стойност	Увеличаване на управленските способности	Нов алианс с общността
• Интелектуална хуманност; • Солидарност с общността; • Централно място на човека.	• Антикризисен план за непредвидени обстоятелства; • Управление на общността; • Технологии/Знание; • Диверсификация.	Публично-Частно-Човешко партньорство (Public-Private-People Partnership)

Източник: Vargas-Sanches, A. A new tourism governance for a new time?// Hight-level Conference TORMAN 2021. On-line, May 2021.

3. Състояние и очаквания за събитийния туризъм в условията на Covid-19

Както е известно поради опасност от разпространението на COVID-19, при обявяването на пандемия, всички масови събития бяха отменени, отложени за по-късен етап или проведени онлайн. На по-късен етап имаше възможност да се провеждат събития при строги противоепидимични мерки и завишен здравен контрол при изпълнението. В резултат на това нарасна ролята на онлайн събитията и тяхната популярност ще се увеличава. Предпоставките за това са много, като някои от най-важните освен налагането на извънредно положение при пандемия и необходимостта да се запази здравето на служителите, също така е по-ниската цена за провеждане на корпоративно събитие. Друга причина онлайн събитията да набират все по-голяма популярност е защото така се достига до все по-широка аудитория. Появиха се и хибридни събития, при които част от участниците са в зала, а друга част онлайн. Организацията на едно виртуално събитие изисква освен опит и някои по-специфични технически умения, както и подбор на подходящ софтуер, което все повече налага фокуса да се измества към търсенето на квалифициран персонал в областта. Търсенето на персонал също се осъществява онлайн, което позволява по-бързия му и ефективен подбор. Разходите, като например за пътни и изхранване на персонала се съкращават, както и наемите за място и консумативи.

Covid-19 наруши световните пазари и определени индустрии драстично. Туризмът и събитийната индустрия са в най-голяма рецесия. Бизнесът е в упадък, поради поддържане на недостиг на значителен капитал в дългосрочен план, въпреки използване на технологични решения, които не могат да заменят напълно живите събития и да осигурят приходите от големите живи събития.

Тази изменена среда е изследвана от ResearchDive, които в свой доклад правят следния **анализ на петте сили на Портьър** за Глобалната събитийна индустрия (ResearchDive, May 2021):

- **Договорна сила на предлагателите:** Компаниите, опериращи на пазара на събития използват своето налично надмощие в преговорите, за да договорят снижаване цените на доставките. Може да се твърди, че договорната сила на предлагателите *е умерена*.

- **Договорната сила на потребителите:** Тъй като потребителите са голям брой, тяхната договорна сила е на ниско ниво. Също така създаването на широка клиентска база и бързото иновиране в нови продукти, подпомага компаниите в събитийната индустрия да редуцират договорната мощ на потребителите. Ето защо договорната сила на потребителите *е ниска*.

- **Заплаха от нови участници:** Навлизането на нови компании на пазара на събитийната индустрия е свързано с използване на нови подходи като адаптиране на иновативни технологии, продуктови иновации, стратегии за намаляване на предлаганите цени и предлагане на отстъпки. Съществуващите компании също активизират развитието на своето предлагане за да останат конкурентни. Заплахата от нови участници е формулирана като *умерена*.

- **Заплаха от заместители:** Наличието на продукти заместители като платформите Zoom, Google Meet и социалните медии увеличават заплахата от заместители. Тяхната популярност нараства в условията на пандемия, поради наложените рестрикции за физически събирания на хора. На този етап заплахата от заместители се определя като *умерена*.

- **Конкурентната борба на пазара:** Броят на участниците на пазара на събитийната индустрия е висок и стратегиите използвани на пазара като сливания и придобиване, партньорство и нови технологии нараства. Конкурентната борба на пазара на събития *е умерена*.

Международната фестивална и събитийна асоциация определя 2020-2021 като години с „неочаквана реалност“ (Internashional Festivals&Events Association, 2021). Асоциацията подема инициативата „Да върнем отново събитията“ (Bring Back Events), придружаващите я три основни послания: носете маски, спазвайте дистанция, ваксинирайте се. Изследванията показват, че тези две години са използвани от работещите в сферата на индустрията на събитията за усъвършенстване на техните знания и умения с фокус върху технологиите и онлайн платформи за организиране на събития, както и софтуер за организиране на виртуални събития. В случаите в които е възможно се организират виртуални събития, онлайн дискусии и други, така че да се поддържа индустрията активна и да се осъществява връзка с потребителите във виртуална среда.

Други влияния върху събитийната индустрия:

- **Повишена персонализация.** Положителен резултат от онлайн събитията на живо е повишеното чувство на персонализация и достъпността до клиентите. При конвенционалните събития, когато има събиране на множество хора на голяма площ по време на представление, преживяването понякога е неперсонализирано. Основна причина е наличието на тълпа. При онлайн събитията този недостатък е преодолян, чрез възможността да се участва в събитие и в същото време да си в своята обкръжаваща среда.

- *Глобално присъствие.* Друго въздействие е премахването на граничните бариери посредством виртуалния ръст и създаването на усещане за близост и реформиране на глобалното село. Въпреки, че хората очакват да отmine по-бързо този период, събитията и фестивалите в онлайн формат дават нови възможности за бизнеса по целия свят и усещане за сплотеност в тежките времена.

- *Съвременни рекламни техники.* Влиянието на Covid-19 върху рекламните техники е свързано с това, че хората остават в домовете си и се повишава използването на платформите на социалните медии, като посланията към тях стават по-центрирани, динамични и ангажиращи. Това доведе до промотиране все по-често на продукти и услуги чрез тези платформи, като акцентират върху спазване на санитарни мерки.

- *Ниски разходи.* Това е както позитив, така и негатив за индустрията на събитията. Виртуалните събития струват по-малко от конвенционалните събития, но са свързани и с по-ниски приходи за компанията. Това засяга работната сила, които са зависими от традиционния начин на провеждане на събитията и това води до безработица.

Преобладаваща част от прогнозите свързани с COVID -19 в момента на институциите, касаят макро нивото, но съществуват и изследвания са фокусирани върху потенциалното персонално влияние. Туризмът, който е силно зависим от туристическите потоци, се реализира чрез решенията (отговорът) на потребителите.

Говорим за рестарт на туризма след затихване на пандемията от COVID-19 и редица експерти се опитват да дават насоки в които туризмът да се маркетира и менажира. Отваря се поле за прилагане на иновативни механизми за справяне с предизвикателствата (вж. Таблица 4).

Таблица 4. Промени в ролята на Организациите за управление на дестинацията (DMO)

От	Към
Маркетолог	Оркестратор на заинтересованите лица в дестинацията
Посредник във веригата за създаване на стойност	Фасилитатор за възможностите на членовете си
Бранд промотър	Интелиджънс промотър и стратегически поглед

Източник: Vargas-Sanches, A. A new tourism governance for a new time?// Hight-level Conference TORMAN 2021. On-line, May 2021.

В доклад на Allied Market Research се посочва, че очакваният средногодишен темп на растеж на събитийната индустрия (CAGR - Compound annual growth rate) за периода от 2021 до 2028 г. е 11,2% (Vig & Deshmukh, 2021). През 2019 г. сегмента на корпоративните събития, семинари, изложения заемат най-голям дял сред видовете събития. Осъществяването им онлайн или в хибриден вариант води и до нарастване на броя на участниците в този тип събития, разширяване тяхната достъпност и географско покритие. Разходите за организиране на събития, които включват on-side разходи за храна и кетъринг, за забавления, за наем на помещения се очаква да се ограничат и в бъдеще. Към 2019 г. най-голям източник на приходи е спонсорството, поради възможността организаторите да добият конкурентно предимство като рекламират стоки и услуги и по този начин привлекат широк кръг потребители. Очакванията са към 2028 г. спонсорството да запази висок дял като източник на приходи за събитийната индустрия със средногодишен темп на нарастване 12.1% за периода 2021 - 2028. Прогнозите за периода 2021-

2028 са да има най-голям ръст на развлекателните музикални събития – 12,4%. Като относителен дял и като ръст значимо място ще имат корпоративните събития, сред които ще се откроява интересът към семинари за предприемачество и бизнес. Очакванията са и в бъдеще да се запази хибридният модел на този вид събития, което ще рефлектира върху по-ниско ниво на деловия събитийен туризъм.

4. Заключение

Дейността на организациите свързани със събитийния туризъм по време на пандемията е в комплицирано състояние. От една страна, те трябва да се съобразят с правителствени и здравни мерки за ограничаване на коронавирусната пандемия, а от друга да поддържат дейността си, така че да продължат когато ограниченията отпаднат. В този смисъл *поддържането на дейността* на фона на Covid-19 изисква (Gajjar & Parmar, 2020):

- *Безопасност на участващите в пътуване и събитие*: организатори, участници, спонсори, зрители. Необходимо е спазване на актуалните към момента ограничения предписани от властите: дезинфекция, дистанция, дисциплина, изискване на сертификат за ваксинация или отрицателен тест и т.н.

- *Комуникация*. Организаторът трябва да е достатъчно отговорен за да изпраща адекватни съобщения и да предава необходимата информация относно предпазните мерки, които трябва да се вземат преди пътуване и участие в събитието.

- *Финансово планиране*. В условията на невъзможност за поддържане на този вид бизнес оперативните разходи и бюджета за маркетинг трябва да бъдат сведени до минимум.

- *Насърчаване*. Макар и периодът да е труден, това не означава че всички дейности трябва да бъдат прекратени поради отмяната или отлагане на събитията. Решение е работата от вкъщи и в тази насока задачите трябва да бъдат формулирани така че да могат да се осъществяват от дома. Дори и след отпадане на ограниченията и възможност за организиране на събития процесът на планиране и други етапи от работата могат да се извършват от дома.

- *Бъдещо планиране*. Да се използва времето за планиране на бъдещи събития, за възможните начини за организиране, за запознаване с технологичните тенденции, поддържане на връзки с ключови клиенти и т.н. Времето може да се използва за генериране на креативни идеи и начини за оцеляване в бъдеще.

В *обобщение* на казаното, можем да систематизираме Covid-19 влиянието върху събитийния туризъм по следния начин:

Първо. Събитийният туризъм е дълбоко повлиян от пандемията, дължащо се на локдауна и широко разпространените рестрикции при пътуване, ограничения за социални срещи и физически събирания, мерките за социална дистанция. Това доведе до значително намаляване на приходите и принуди индустрията да освободи значителна част от персонала. Големи световни събития бяха отложени, а редица други спортни събития, изложения, фестивали, концерти бяха отменени, което се отрази негативно на заетостта и като цяло на този вид дейност.

Второ. Виртуалните събития придобиха голямо значение през последните години и в резултат на това организациите опериращи в събитийната сфера засилиха своето дигитално присъствие и представяне. Благодарение на определени технологични решения, посредством виртуални стаи и платформи стана възможно осъществяване на виртуални събития, с което се осигурява физическата дистанция на участниците, а социалната свързаност остава интегрална част от човешкия живот. Въпреки че пандемията повлия неблагоприятно на традиционния

събитията виртуалните стартове събитийни компании имат стабилен ръст и нарастваща популярност за виртуални събития.

Трето. Високите оперативни разходи задържат пазарния растеж на конвенционалните събития. On-side събитията имат организационни разходи, наеми на помещения, храна и кетъринг, разходи за презентиране, включващи микрофон, проектор, екран, декор, интернет достъп и друго специално оборудване. Също така включват разходи за дистрибуция, за организация, административни и маркетингови разходи и др.

Продължителността на инвазията на вируса остава ключов фактор при оценяване цялостното влияние на пандемията. Очакванията на експертите са събитийният туризъм да започне да се стабилизира след 2023 г. Нивото на ваксинация, ваксинационната ефикасност и ваксинационните паспорти се очаква да имат съществена значимост за бъдещето на събитийния туризъм.

References

- Bundy, J., Pharrar, M., Colle, S., & Coombs, T. (2016). Crises and Crisis Management: Integration, Interpretation, and Research Development. *Journal of Management*, 1661-1692. <https://doi.org/10.1177%2F0149206316680030>.
- Doern, R. (2016). Entrepreneurship and crisis management: the experiences of small businesses during the London 2011 riots. *International small business journal*, V.34, 276-302; <https://doi.org/10.1177%2F0266242614553863>.
- Faisal, A., Albrecht, J., & Coetzee, W. (2020). Renegotiating organisational crisis management in urban tourism: strategic imperatives of niche construction. *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 6 No. 4, 885-905. <https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2019-0196>.
- Frandsen, F., & Johnstone, W. (2010). Corporate crisis communication across cultures. In *Pragmatics accros Languages and Cultures* (pp. 543-570; <https://doi.org/10.1515/9783110214444.4.543>). De Gruyter.
- Gajjar, A. M., & Parmar, B. J. (2020). The Impact of Covid 19 on Event Management Industry in India. *Global Journal of Management and Business Research*, 2/20, 36-46; Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853.
- Gossling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29:1, 1-20; DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gossling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22:3, 577-598, DOI: 10.1080/14616688.2020.1759131.
- Herbane, B. (2013). Exploring Crisis Management in UK Small- and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Contingencies and Crisis management*, V.21, 81-95; <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12006>.
- Hermann, C. F. (1963). Somme consequences of crisis which limit the viability of organizations. *Administrative Science Quarterly* Vol.8, N1, 61-82.
- International Festivals&Events Association. (2021, 08 27). Covid-19 Task Force. Retrieved from IFEA: <https://www.ifea.com/p/covid19>
- Mishra, P. K. (2020). COVID-19, Black Swan events and the future of disaster risk management. *Progress in Disaster Science*, 8.

- Orchiston, C. (2013). Tourism business preparedness, resilience and disaster planning in a region of high seismic risk: the case of the Southern Alps, New Zealand. *Current Issues in Tourism*, 16:5, 477-494, DOI: 10.1080/13683500.2012.741115.
- Orchiston, C., Prayag, G., & Brown, C. (2016). Organizational resilience in the tourism sector. *Annals of Tourism Research*, V.56, 145-148; <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.002>.
- Pauchant, T., & Mithroff, I. (1990, V.38, N2). Crisis management: Managing paradox in a chaotic world. *Technology forecasting and Social Change*, 117-134; [https://doi.org/10.1016/0040-1625\(90\)90034-S](https://doi.org/10.1016/0040-1625(90)90034-S).
- Pauchant, T., & Mitroff, I. (1992). *Transforming the Crisis-Prone Organization: Preventing Individual, Organizational, and Environmental Tragedies*. San Francisco: Jossey-Bass, p. 222; <https://doi.org/10.1002/sres.3850090410>.
- ResearchDive. (May 2021). *Events Industry Report*. <https://www.researchdive.com/8401/events-industry-market>: ResearchDive.
- Spillan, J., & Hough, M. (2003). Crisis Planning in Small Businesses:: Importance, Impetus and Indifference. *European Management Journal*, V.21,N3, 398-407; [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(03\)00046-X](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(03)00046-X).
- Vargas-Sanches, A. (2021). A new tourism governance for a new time? Hight-level Conference TORMAN 2021. On-line.
- Vig, H., & Deshmukh, R. (2021, 10 18). Allied Market Research. Retrieved from Events Industry by tipe: <https://www.alliedmarketresearch.com/events-industry-market>
- Williams, T., Gruber, D., Sutcliffe, K., Shepherd, D., & Zhao, Y. (2017). Organizational Response to Adversity: Fusing Crisis Management and Resilience Research Streams. *Academy of Management Annals*, Vol. 11, No. 2, 733-969; <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0134>.

КОМПЕТЕНЦИИ НА ЛАНДШАФТНИЯ АРХИТЕКТ ПРИ УПРАВЛЕНИЕ НА УСТОЙЧИВА ЗЕЛЕНА ИНФРАСТРУКТУРА

Елена Драгозова³⁸, Станислава Ковачева³⁹

Abstract

Насочването на вниманието към професията „Ландшафтен архитект“ е провокирано от значимостта и мястото на тази професия в процеса по създаване на висококачествена среда на труд-обитаване-отдых, която влияе върху живота и здравето на всеки индивид. В този смисъл тази професия носи своята социална, екологична и икономическа значимост и подлежи на регулиране и стандартизиране в съответствие с общественото развитие. Ландшафтният архитект има своята съществена роля в създаването и управлението на отделни елементи на зелената инфраструктура. В настоящото изследване се обръща внимание на специализираните компетенции за упражняване на професията „Ландшафтен архитект“. Професия, която в исторически план е призната обществена ценност и е вградена в макроструктурата на обществата чрез политическата, икономическата и културната системи.

Keywords: компетенции, компетентности, ландшафтен архитект, зелена инфраструктура

JEL Codes: I21, I23,Q01

1. Въведение

Бъдещето в развитието на професията „Ландшафтен архитект“ е насочено към интегриране на специализираните знания и умения в развитието на технологиите, екологията, икономиката и културата на съвременните градове. Затова прилагането на стандарти в професията е от значение за постигане на устойчиви, етични, природосъобразни пространствени решения с висока културна стойност за хората. Непрекъснатият мониторинг и управление на процеса по образователна подготовка и изграждане на образователни компетентности на ландшафтният архитект, съобразени с практическите условия, е от значение за постигане на устойчиви, етични, природосъобразни пространствени решения с висока културна стойност за хората.

Университетското образование, създавайки стандарти, необходими на бъдещите ландшафтни архитекти и практиката на професията, е вид коректив и формира компетентности, необходими за дължността на практика.

Именно въз основа на това разбиране се търси отговор на въпроса: *Как можем като образователна институция да създадем условия за постигане на съответствие между това, което моделираме като образователни компетентности и необходимите професионални компетенции за работа в компоненти на зелената инфраструктура?*

Професията „Ландшафтен архитект“ носи своята социална, екологична и икономическа значимост и подлежи на регулиране и стандартизиране в съответствие с общественото развитие (Benedict MA, McMahon ET, 2002; Davies C, et al, 2006, Paligorov I., et al, 2009). В настоящото изследване се обръща внимание на специализираните компетенции за упражняване на професията „Ландшафтен архитект“. Професия, която в исторически план е призната обществена ценност и е вградена в макроструктурата на обществата чрез политическата, икономическата и културната системи. От друга страна се разглеждат особености на обекти от зелената

³⁸ Лесотехнически университет, София, бул. Климент Охридски №10, e-mail: elena.dragozova@abv.bg

³⁹ Лесотехнически университет, София, бул. Климент Охридски №10, e-mail: st_kovacheva@abv.bg

инфраструктура, в които следва да се прилагат устойчиви екологични практики и в които съществено участие има ландшафтния архитект.

Ландшафтният архитект със своите знания, умения и компетенции е социално отговорна професия пряко свързана с управлението на устойчиви селища и извънселищната среда (IFLA, 2010; Education in LA, 2009). В изграждането и управлението на зелената инфраструктура, участва ландшафтния архитект, които следва да притежава специализирани, икономико-управленски експертни компетенции. Те могат да бъдат моделирани чрез мултидисциплинарни образователни подходи основани на ясно формулиране на компетентности, съответстващи на компетенции, в конкретен контекст и ниво на владение.

Обект на изследването са образователните компетентности и професионалните компетенции на ландшафтния архитект и взаимовръзката между тях.

Основна цел на изследването е да се анализират и актуализират специализирани образователни компетентности придобити, чрез формално образование и привеждането им в съответствие към конкретни компетенции, необходими за реализация като ландшафтен архитект при работа в зелената инфраструктура.

2. Методика на изследването

Методите на изследването включват: проучване на научна литература; проучване на международни стандарти (образователни и длъжностни); сравнителен анализ; стейкхолдър анализ; проучване чрез интервюта и анкетни карти; функционален анализ, клъстерен анализ и статистически методи за анализ на данни.

Методологията на проучването включва:

- Анализ на съдържанието на понятията компетентност и компетенция;
- Проучване на международни стандарт в областта на образователната подготовка по ландшафтна архитектура;
- Проучване на професионалните стандарти при упражняване на професията и нивата на професионално представяне;
- Систематизиране на образователни компетентности по отделни елементи в конкретен контекст;
- Систематизиране на професионални компетентности по отделни елементи и в конкретен контекст, съобразени с нива на професионално представяне;
- Изследване на връзката и търсене на съответствие между образователната компетентност и компетенциите необходими за професионалното представяне в различни нива.

3. Резултати и дискусия

2.1. Зелена инфраструктура – същност и елементи

В научната литература се срещат различни интерпретации за понятието „зелена инфраструктура“. Вниманието беше насочено към определението дадено от Бенедикт и Макмеън през 2002 (Benedict MA, McMahon ET, p.15, 2002), които я определят като взаимосвързана мрежа от зелени площи, която запазва естествените екосистемни ценности и функции и едновременно с това осигурява ползи за обществото. Същите автори я определят като екологична рамка, която осигурява екологична, социална и икономическа устойчивост. Други автори (Davies C, et al, 2006, p. 10-20) посочват като характеристика на зелената инфраструктура различните видове

паркове, градини, гори, зелени коридори, водни пътища, улични дървета и естествената природа, които изграждат мрежа. В тези определения намираме най-доброто обобщение, описващо същността на понятието зелена инфраструктура. Посочените елементи пряко или косвено са обект на ландшафтната архитектура.

Безспорна е ролята на ландшафтния архитект за създаване на подобни многофункционални пространства, предвид базовата образователна подготовка на завършилите обучението. Затова поставихме въпроса как чрез подходящо обучение и развитие да моделираме компетенциите на ландшафтния архитект за професионални решения, които да са основани на изследване на различни екосистемни функции на компоненти от зелената инфраструктура. Да го подготвим за взимане на аргументирани професионални решения, осигуряващи екологична, социална и икономическа устойчивост.

2.2. Компетенции на ландшафтния архитект

Именно мултифункционалното развитие на зелената инфраструктура предполага високо ниво на професионализъм в работата на ландшафтния архитект, който от една страна следва да планира развитието на територията, а от друга да оцени икономическите, екологични, социални и културни ползи от проектната му идея. Тази връзка между чертежа, плана, анализа на територията, съпоставка на алтернативи за използване с добавена стойност се доказва необходимостта от развитие на професионални компетенции не само за проектиране, но и за прилагане на икономически обосновани решения от тези специалисти.

Част от проблемите, които се идентифицират при провеждане на изследването са свързани с:

- Необходимост от предварително набиране и анализиране на информация за нагласите на професионалните общности;
- Проучване и анализ на нагласите на заинтересованите страни, включително на професионалните общности, по отношение на необходимия клъстер от професионални компетенции;
- Определяне на тежестта и значението на всяка от тях при упражняване на съответната професия;
- Сериозна и все по съществена необходимост от разработване на систематизирана и лесно приложима в практиката методика за оценка на съответствието образователна компетентност (съдържание, елементи в съответния контекст), от една страна и професионална компетенция със съответните елементи, съдържание, контекст и ниво на владение, от друга.

За да се постави изследването върху единна и утвърдена платформа се позоваваме на определения за понятията *компетентност* и *компетенция*, давани от водещи автори в областта още от 1991 (Ulrich D., Lake DG., 1991; Graham, H. T., R. Bennett, 1998; Армстронг, М., 2004; Armstrong. M., 2009; Valor, C., et al, 2020) . Приемаме, че:

- Компетентност (Competence) - способност на личността да ползва, интерпретира и прилага получени знания и умения в продължение на целия му съзнателен живот, според изискванията на конкретната работа.

- Компетенция (Competency) - понятието се отнася към работата и говори за сферата на професионална дейност, в която човек е компетентен. Тя се отнася към длъжността.

Въз основа на това и част от резултатите на проведеното изследване, съдържанието на двете понятия би могло да се обвърже и представи схематично по начин, представен на фиг. 1.

На тази основа е направен опит за изграждане на логическа рамка на съответствие между двете понятия в рамките на ландшафтната архитектура. Тъй като и компетентността и компетенцията се свързват с непрекъсната динамика според условията на обществено икономическото развитие, като отправна точка е използвана зелената инфраструктура с базовите характерни особености и изискванията към професионалистите, които я създават и управляват.

За целите на изследването са проведени индикативни интервюта със различни заинтересовани страни, включително специалисти в ландшафтната архитектура, работещи в бизнес структури, административни органи и управленски органи в селищната и извънселищна зелена инфраструктура. Въпросите са насочени към установяване на необходимите компетенции на ландшафтният архитект и на тяхното развитие, за да се постигне по-високо качество и устойчивост на компонентите от зелената инфраструктура.



Фигура 1. Връзката между понятията „компетентност“ и „компетенция“

Основните елементи, които са изследвани в проучването са:

- Образователните компетентности като комбинация от компетентности (елементи) в съответния контекст и
- Професионалната компетентност, състояща се състои от: компетентности (елементи) за професията, по ниво на демонстрирани умения в съответния контекст.

Образователните профили, като комбинация от компетентности (елементи) са разработени според Европейската и национална квалификационна рамка и са детайлно обсъдени сред заинтересованите обучаващи структури и са приети в Лесотехнически университет в началото на 2021 г.

Проучването на професионални стандарти в платформата MyCompetence също подпомогна съществено процесът на логическо обвързване на отделните елементи в релевантен контекст, както на професионалното представяне, така и в групите от образователни компетентности.



Фигура 2. Нива на професионално представяне

По отношение на нивата на професионално представяне изследването се позова на класификация на Института по ландшафтна архитектура, публикувано през 2020 г. Въз основа на това са приети 4 нива на представяне, които са обсъдени със заинтересовани страни от практиката в областта на управлението на зелени инфраструктурни обекти и системи. Те са представени на фиг. 2.

От фиг. 2 се вижда, че първото или най-високото ниво е:

- А – експерт – високо ниво на компетентност (Expert);
- В – специалист – високо ниво на специализирана квалификация (specialist);
- С – младши експерт - базово ниво на компетентност - (able);
- D- младши специалист – базова специализирана квалификация (accomplished).

В резултат на всичко това в настоящия етап от изследването е разработена работна карта – фиг.3, която има за цел да представи обобщената картина на съответствието за обучението и професионалните особености на ландшафтният архитект.

ОБРАЗОВАТЕЛНИ КОМПЕТЕНТНОСТИ Профил на придобита образователна компетентност			КОМПЕТЕНТНОСТЕН ПРОФИЛ Профил на изисквана за професията компетенция			Ниво на проявяване на компетенцията А – експерт (expert), В – специалист (specialist) С – компетентен (able) D – квалифициран (accomplished) (Най-високото ниво е А)
Специалност Ландшафтна архитектура			Професия Ландшафтен архитект			
Личностна (индивидуална) компетентност			Лични компетенции			
Самостоятелност и отговорност:			Лична ефективност			
Компетентност за учене:			Лично самоусъвършенстване			
Комуникативна, прагматическа и стратегическа компетентност:			Социални и комуникативни компетенции			
Професионални общи компетентности			Професионални компетенции			
Основни (базови)			Основни професионални компетенции			
Управленски (и лидерски)			Управленски професионални компетенции			
			Управленски компетенции в устройственото планиране и в инвестиционното планиране			
			Управление и развитие на човешките ресурси			
Професионални специфични (технически), свързани с:			Технически компетенции			
Технически опит, използване на професионални технологии и методи			Основни технически компетенции за упражняване на професията			
			Информационни и дигитални компетенции			
			Компетенции за работа с нормативно база, стандарти и изисквания			
Компетенции по планиране, организиране, управление на финансите на проекти			Управленски компетенции по управление на финансите и административни дейности, маркетинг и продажби, управление на инвестиционния процес.			

Фигура 3. Индикативна работна карта

4. Изводи и препоръки

Основните изводи от проведените изследвания могат да се обобщят в следните аспекти:

- Осъществено е индикативно проучване на мнението на заинтересованите страни в образователни структури, бизнес структури, административни органи и управленски органи в селищната и извънселищна зелена инфраструктура и е установена засилена тенденция в необходимостта от тесни връзки и взаимоотношения между образователните структури и практиката в областта на ландшафтната архитектура;

- Анализът на данните от проучването показват ясно необходимост от изработване на максимално точни компетентностни модели, които в максимална степен да подпомагат формирането на съответния професионален профил;

- Разработен е базов компетентностен профил на специалистите, завършващи специалност „Ландшафтна архитектура“;

- Разработена е индикативна работна карта с цел апробирането ѝ в реални практически условия и разработване на работни карти, както за различните нива на компетентност, така и за конкретните професионални позиции в областта на създаване и управление на обекти от зелената селищна и извънселищна структура.

Благодарности: Настоящото изследване се провежда благодарение на целево финансиране за научни изследвания по Договор № 1141/05.04.2021 г. от НИС при ЛТУ по условията и реда за планирането, разпределението и разходването на средствата от държавния бюджет за финансиране на присъщата на държавните висши училища научна или художественотворческа дейност (ДВ, бр. 94 от 04.12.2015 г.).

ЛИТЕРАТУРА

Армстронг, М., *Практика управления человеческими ресурсами*. 8-мoe издание, Изд. дом „Питер“, М., 2004.

Драгозова, Е., М. Бесарска, (2019) Методика за изследване на мотивацията на служителите, *Сборник с доклади от Национална кръгла маса, Икономически университет-Варна*, Изд. Наука и икономика, ISBN:978-954-21-1005-7, с. 109-119

Appointing a Chartered Landscape Architect: Guidelines for best value, <http://www.landscapeinstitute.org/publications/download/Guidelines%20for%20Best%20Value.pdf> (септември 2010)

Armstrong. M. (2009) *Armstrong's handbook of human resource management practice*, 11-th edition, Kogan Page, London and Philadelphia.

Benedict MA, McMahon ET (2002). Green infrastructure: smart conservation for the 21st century. *Renewable Resources Journal* 20:12-17. http://www.greeninfrastructure.net/sites/greeninfrastructure.net/files/GI_RR.pdf

Boyatzis, R. *The Competent Manager* (1982) Wiley-INTERSCIENC, New York, http://changingminds.org/disciplines/leadership/actions/boyatzis_competencies.htm

Davies C, MacFarlane R, McGloin C, Roe M (2006). Green infrastructure planning guide, *Final report*. pp. 45. <http://www.scribd.com/doc/33007993/Green-Infrastructure-Planning-Guide>

Education in LA (American Society of Landscape Architects ASLA), <http://www.asla.org/Education.aspx> (май 2009)

- Graham, H. T., R. Bennett (1998) *Human resource management*. Pearson Professional Limited, <http://web.efzg.hr/repec/pdf/Clanak%2007-12.pdf>
- IFLA Charter for Landscape Architectural Education, http://www.iflaonline.org/images/PDF/education/ifla_laeducationcharter_082005.pdf (май 2010)
- Leal Filho, W., Levesque, V. R., Salvia, A. L., Paço, A., Fritzen, B., Frankenberger, F., ... & Lovren, V. O. (2021) University teaching staff and sustainable development: an assessment of competences, *Sustainability Science*, 16(1), pp.101-116.
- Paligorov I., E. Dragozova – Ivanova, S. Kovacheva, (2009) Specific features for analysis, evaluation and design of posts in higher education” , *VII International Scientific Conference „Management and Engineering’09”*, Scientific Proceedings, Jan XVII, Volume 3 (113), June 2009, стр. 260-265, ISSN 1310-3946
- Spencer, L.M., McClelland, D.C., & Spencer, S.M. (1994) *Competency assessment methods: History and state of the art*. Hay/McBer Research Press
- Ulrich D., Lake DG. (1991) *Organizational capability: Competing from the inside out*. John Wiley & Sons, New York
- Valor, C., Antonetti, P., & Merino, A., (2020) The relationship between moral competences and sustainable consumption among higher education students, *Journal of Cleaner Production*, 248, 119161.
- Wolff, C., Mikhieieva, O., & Nuseibah, A., (2021) Competences and the digital transformation, *Project Management and Engineering Research*, 2021, pp. 221-234. Springer, Cham.

COMPETITIVENESS OF FORESTRY COMPANIES IN BULGARIA IN SITUATION OF COVID-19 PANDEMIC

Konstantin Kolev,⁴⁰ Iliyana Ivanova,⁴¹ Ivan Uyrov⁴²

Abstract

In mountainous and semi-mountainous regions of Bulgaria enhancing the competitiveness of forestry is the basis for better standard of living of their inhabitants, rational use of resources and maintenance of ecological, social and economic functions of forest territories. The COVID-19 pandemic affected various spheres of economic life and respectively the livelihood of the population. Due to this in order to mitigate the negative economic consequences of the COVID-19 pandemic it is essential to study its impact on the competitiveness of economic subjects operating in forest territories of the country. For this purpose on the basis of representative regional sample is conducted a questionnaire survey among specialists working in the field of forestry.

Keywords: competitiveness, forestry, inquiry card

JEL Codes: P42, Q23.

1. Introduction

The emergency situation arising from COVID-19 pandemic has affected nearly all sectors of national economy. The challenges in different sectors are manifold, but mainly are related with delay of production export, difficult access to labour, changes in consumer preferences, disruption in supply chains and etc. As in mountainous and semi-mountainous regions of Bulgaria enhancing the competitiveness of forestry is prerequisite for efficient use of forest resources and some benefits for society it is important to study the impact of COVID-19 pandemic on competitiveness of economic subjects operating in forest territories of Bulgaria.

2. Methodological grounds

Under the multidimensional category 'enterprise competitiveness' is understood the enterprise's ability to produce products more effectively and efficiently in comparison to its competitors and to protect its market share, as well as to take advantages by the external environment and to create new markets. All this allows to the competitive enterprises to achieve positive results concerning price, profit, return and products quality (Sasatani, 2009, p.5). The category competitiveness can be characterized on the basis of derived indicators and simple indicators proposed by M. Veleve (Veleve, 2004, p.74). They reflect the complexity of the category as well as its multifaceted and dynamic character. Due to the specifics of forestry some of the proposed by M. Veleve derived indicators, simple (one-dimensional) indicators and weighting coefficients are replaced by others. Through them the current and potential competitiveness of forestry company may be estimated. The main derived indicators that are proposed for competitiveness assessment at present phase of our studies are: competitiveness of the product being offered, labor productivity, financial results, enterprise growth, market adaptability (Kolev, 2019, p.31; Milchev, 2019, p.651). It should be underlined that the quantification of a multivariate indicator – which in this case is the competitiveness – cannot claim to be exhaustive because there is always something elusive within the set of one-dimensional indicators. They refer to certain features of the phenomenon

⁴⁰ University of forestry, Faculty of Business Management, Blvd. 'St. Kliment Ohridski' №10, Sofia 1797.

⁴¹ University of forestry, Faculty of Business Management, Blvd. 'St. Kliment Ohridski' №10, Sofia 1797.

⁴² University of forestry, Faculty of Forestry, Blvd. 'St. Kliment Ohridski' №10, Sofia 1797.

being studied and are subject to quantification. In their unity as a single system they characterize the wholeness, i.e. the multivariate indicator that is studied (Mishev, 1992, p.17).

On this methodological grounds through direct inquiry are collected data about forestry companies competitiveness in situation of COVID-19 pandemic. The study is carried out during the period April – May 2021. The respondents are 171 specialists connected with forestry. Part of the results from the questionnaires is presented in current paper. One of the working hypothesis is verified by means of Chi-Square Method. It is applied to qualitative variables, measured on nominal or ordinal scale. In order to realize the χ^2 -method, the stages for hypotheses verification should be passed and χ^2_{em} should be calculated. It must be emphasized that the application of χ^2 -method involves two important restrictive conditions. Firstly, the theoretical values for every cell (f_{ij}) must not be smaller than 1 and, secondly, if there are values of the theoretical frequencies smaller than 5, they should not be more than 20% of the cells (Tsoklinova, Delkov, p. 295; Turhan, 2020, p. 577).

The strength of the link between the variables, about which the presence of dependence is found, is established through the Cramer's coefficient (Akoglu, 2018, p. 92).

3. Results and Discussions

On 1st question: 'Does the COVID-19 pandemic affect the activities performed by forestry companies?' 84.6% of the requested answered negatively, 9% do not have opinion and 6.4% responded positively. With the following four questions, which are grounded on the definition and indicators mentioned above, we try to estimate if there are negative changes in the level of forestry companies' competitiveness in situation of COVID-19 pandemic. From the results presented in table 1 is obvious that according to the majority of respondents from 78% to 90% the values of main indicators, which characterize forestry companies' competitiveness in 2020 are unchanged in comparison with the values from the previous years, which means that the COVID-19 pandemic does not have serious impact on the competitiveness of forestry companies.

Table no. 1 – Distribution of Questions 2-5 answers

Questions from the inquiry card	%			
	Unchange d	Lower than before	Larger than before	No opinion
2 nd Question 'How do you assess the volume of realized production in physical units by forestry companies in 2020 in comparison with previous years?'	78.8	10.1	7.9	3.2
3 rd Question 'How do you assess the labour productivity in forestry companies in 2020 in comparison with previous years?'	87.4	4.3	4.6	3.7
4 th Question 'How do you assess the financial results of forestry companies in 2020 in comparison with previous years?'	81.2	9.8	5.7	3.3

5 th Question ‘How do you assess the value of fixed assets of forestry companies in 2020 in comparison with previous years?’	89.5	4.2	4.0	2,3
---	------	-----	-----	-----

From the answers of 5th question becomes clear that forestry companies do not grow as a consequence of rational management decisions (Neykov, Kitchoukov, Antov, Savov, 2019, p.232) and investment in forestry. In previous our studies, on the grounds of national forestry competitiveness estimation in 15 states members of EU is established unsatisfactory ranking of the Bulgarian forestry (13 place) which does not correspond to the possessed forest resources. The main reason for that are the insufficient investments (Kolev, 2019, p.37.; Kolev, Tsoklinova, Delkov, 2020, p.164). Because of that in present study through question 6th we would like to understand the opinion of the specialists about the level of investment in Bulgarian forestry. The results are presented in table 2. and confirmed the objective fact that in Bulgarian forestry the investment in timber harvesting equipment, equipment for performance of silvicultural activities, forest road network, forest plantation, production of non-wood products and services, qualification and knowledge of forestry employees are low and very low.

Table no. 2 – Distribution of Question 6 answers

Question 6	%			
	Very high	High	Low	Very low
6 th Question ‘How do you assess the level of investment in Bulgarian forestry?’	-	14	66.7	19.3
6.1. Question ‘How do you assess the level of investment in timber harvesting equipment?’	-	15	67.4	17.6
6.2. Question ‘How do you assess the level of investment in equipment for performance of silvicultural activities?’	-	20	49.1	30.9
6.3. Question ‘How do you assess the level of investment in forest road network?’	1.9	23.1	50.0	25.0
6.4. Question ‘How do you assess the level of investment in forest plantation?’	2.0	8.2	46.9	42.9
6.5. Question ‘How do you assess the level of investment in production of non-wood products and services?’	1.9	7.7	42.3	48.1
6.6. Question ‘How do you assess the level of investment in improvement the qualification and knowledge of forestry employees?’	1.9	16.7	59.3	22.2

The reasons for insufficient investment and unsatisfactory competitiveness of Bulgarian forestry are complex and manifold. In current study we verify only one working hypothesis, which is: the level of investment in Bulgarian forestry is insufficient because the economic entities in Bulgarian forestry

do not have opportunities for long-term planning of revenues and expenditures from their activities. Its verification can be done by means of χ^2 -method, investigating whether a link exists between answers of **6th question** of the inquiry card and answers of **7th question** of the inquiry card: ‘How do you assess the opportunities before economic entities in Bulgarian forestry for long-term planning of revenues and expenditures from their activities?’.

According to hypothesis zero (H_0) between the level of investment in Bulgarian forestry and opportunities for long-term planning of revenues and expenditures by economic entities there is no connection. The alternative hypothesis (H_1) is opposite. It sounds that between the level of investment in Bulgarian forestry and opportunities for long-term planning of revenues and expenditures by economic entities there is dependence. The theoretical frequencies are calculated in table 3.

It is calculated that χ_{em}^2 is equal to 31.838. From the tables for χ^2 -distribution is established that χ_t^2 is equal to 12.592. As $\chi_{em}^2 > \chi_t^2$ the hypothesis zero (H_0) is rejected and the alternative (H_1) is accepted. Its strength is determined by the Cramer’s coefficient. It is 0.305, which means that the dependence between the level of investment and the opportunities for long-term planning according to H. Akoglu (2018) is strong in terms of strength.

Table no. 3 – Actual and theoretical frequencies

Variables			How do you assess the opportunities before economic entities in Bulgarian forestry for long-term planning of revenues and expenditures from their activities?				Total
			Very good	Good	Bad	Very bad	
How do you assess the level of investment in Bulgarian forestry?	Very low	Actual frequencies	9.0	18.0	3.0	3.0	33.0
		Theoretical frequencies	5.0	13.5	12.9	1.6	33.0
	Low	Actual frequencies	7.0	44.0	60.0	3.0	114.0
		Theoretical frequencies	7.0	54.0	48.0	5.0	114.0
	High	Actual frequencies	2.0	13.0	7.0	2.0	24.0
		Theoretical frequencies	6.0	7.5	9.1	1.4	24.0
Total		Actual frequencies	18.0	18.0	75.0	70.0	8.0
		Theoretical frequencies	18.0	18.0	75.0	70.0	8.0

Conclusion

On the grounds of questionnaire survey the following conclusions can be done:

- According to the majority of respondents the values of main indicators, which characterize forestry companies’ competitiveness, in 2020 are unchanged in comparison with the values from the previous years. This means that the COVID-19 pandemic do not have serious impact on the competitiveness of forestry companies.
- The level of investment in Bulgarian forestry is low. The insufficient investment is precondition for low competitiveness of Bulgarian forestry.
- One of the manifold reasons for insufficient investment in Bulgarian forestry is the insufficient opportunities for long-term planning of revenues and expenditures of economic entities operating in Bulgarian forestry.

Acknowledgements

The publication contents results from research that is financed by Scientific and Research Sector (НИС) of University of Forestry – Sofia, contract № НИС-Б-1140/05.04.2021.

REFERENCES

- Akoglu, H. (2018). User's guide to correlation coefficient, *Turkish Journal of Emergency Medicine*, 18, 91-93.
- Kolev, K. (2019). Estimation of Forestry Sector Competitiveness in Some European Country. *Innovativity in Modeling and Analytics Journal of Research*, vol. 4, 28-37.
- Kolev, K., M. Tsoklinova, Al. Delkov. (2020). Factor analysis of forestry competitiveness. *Forest Science No 2*, 143-164.
- Milchev, G. (2019). GIS in the strategy for sustainable management of enterprises. *Collection of reports from the 17th International Scientific Conference "Management and Engineering '17"*, issue 2, 647-653. (in Bulgarian)
- Mishev, G. (1992). Quantification of Multidimensional Indicators. *Scientific Works, University of National and World Economy*, 3, 3-31. (in Bulgarian)
- Neykov, N., E. Kitchoukov, P. Antov, V. Savov, (2019). Efficiency analysis of the Bulgarian forestry and forest-based industry: a dea approach. *International Conference on Innovations and Science and Education. March 20-22. Prague. Vol 7: CBU International Conference Proceedings*, 228-235.
- Sasatani, D. (2009). National Competitiveness Index of the Forest Products Industry in the Asia-Pacific Region, Working Paper, 25. Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office For Asia and The Pacific, Bangkok.
- Tsoklinova, M., Al. Delkov. (2019). Factors Inducing on Consumption of Ecosystem Service Tourism. *Journal of Balkan Ecology*, Volume 22, № 3, 291-301.
- Turhan, N. (2020). Karl Pearson's chi-square tests. *Educational Research and Reviews*, 15 (9), 575-580.
- Velev, M. (2004). Assessment of the firm's competitiveness. Sofia. (in Bulgarian)

ЗНАЧЕНИЕТО НА ЗДРАВНАТА СИГУРНОСТ ЗА УПРАВЛЕНИЕТО НА ЗДРАВНАТА КРИЗА В УСЛОВИЯТА НА COVID-19

доц. д-р Красимир КОЕВ⁴³

Резюме

Представено е значението на здравната сигурност за управлението на здравната криза при COVID 19. Обосновано е значението на здравната сигурност за своевременна реакция при кризи, засягащи общественото здраве. Аргументирана е необходимостта от тясно сътрудничество между всички държави за постигане на глобалните цели на здравната сигурност за справяне с COVID 19. Изтъкнати са ползите от инвестиране в здравна сигурност за подобряване управлението на здравната криза при пандемии, както и точната и навременна научна информация за COVID 19. Направена е адекватна оценка на здравна криза и влиянието и върху икономиката на страната. Изтъкнато е, че общественото здраве е благо за всички, но отговорността не е само на държавата, а и на всеки отделен гражданин. Подчертано е, че всеки трябва да поеме своята отговорност за ваксиниране за опазване на общественото здраве при COVID - кризата за своевременно излизане от нея.

Ключови думи: управление на здравна криза, здравна сигурност, глобална здравна сигурност, национална сигурност, COVID-19.

Assoc. Prof. Krassimir Koev, PhD, Doctor of Science, Bulgarian Academy of Sciences

Abstract

The importance of health security for the management of the health crisis in COVID 19 is presented. The importance of health security for timely response to crises affecting public health is substantiated. The need for close cooperation between all countries to achieve global health security goals to address COVID 19 was argued. The benefits of investing in health security to improve health crisis management in pandemics were highlighted, as well as accurate and timely scientific information on COVID 19.

An adequate assessment of the health crisis and the impact on the country's economy has been made. It was pointed out that public health is good for everyone, but the responsibility is not only on the state, but also on each individual citizen. It is emphasized that everyone must take responsibility for vaccination to protect public health in the COVID crisis to get out of it in a timely manner.

Key words: health crisis management, health security, global health security, national security, COVID-19.

Концепцията за човешка сигурност, замислена и усъвършенствана от Организацията на обединените нации през 1994 г., има някои отличителни черти, които могат да послужат за преосмисляне на понятието здравна сигурност (1). Въпреки широкото използване и приемане на значението на „здравната сигурност“ няма консенсус относно това какво всъщност означава този термин.

Това се дължи главно на интердисциплинарното значение на термина - тъй като здравето и сигурността съответстват на различни дисциплини и на използването му в различни контексти (индивидуални, национални и глобални) за различни цели. На индивидуално ниво например здравната сигурност се отнася до всички аспекти на общественото здраве, които защитават човешкия живот. На национално и глобално ниво терминът „здравна сигурност“ обикновено се отнася до защита на хората от тези заплахи за общественото здраве - като инфекциозни болести

⁴³ Д.м. д.н.УНИБИТ, Българска Академия на Науките

и биотероризъм - които представляват заплаха за националния и международния мир и стабилност (2).

Като цяло терминът здравна сигурност се отнася до политическите области, в които *здравео* и *сигурността* се припокриват. Следователно различните концепции за „здравео“ и „сигурност“ произвеждат различни концепции за здравна сигурност. „здравео“ се използва главно в контекста на *общественото здравео*, отнасящо се до колективните действия на обществото за защита на здравето на населението. Терминът „сигурност“ се определя от учените по международни отношения, като защита от заплахи, които представляват рискове за оцеляването и съществуването на държавата и нейния суверенитет и които оправдават извънредната мобилизация на държавата и извънредното прилагане на мерки(3).

Здравната сигурност на обществото е система от норми, институции, дейност и отношения, целенасочени към максимално възможна равнопоставеност на гражданите за гарантиране на тяхното здравео, съответно достъпа им до здравни услуги с високо качество (4). Основният приоритет на здравната сигурност е нацията да издържи и се възстанови, както в краткосрочен, така и в дългосрочен план вследствие на бедствия, аварии, пандемии или терористични атаки (5).

В традиционното военно-политическо разбиране за сигурността *държавата* е защитена от външни заплахи чрез военни средства(6). Това понятие за сигурност се основава на Вестфалското схващане за суверенитет което се основава на идеята, че основните участници на международната арена са държавите, които действат в свой собствен интерес, за да защитят своя суверенитет(7).

На национално ниво концепцията за здравна сигурност се прилага в рамките на традиционната държавна и военно-ориентирана представа за националната сигурност, подчертаваща защитата срещу онези заплахи за общественото здравео, които представляват заплаха за мира, суверенитета и икономическите интереси на държавата(8). Пандемиите, биотероризмът, инфекциозните болести са потенциалните заплахи за сигурността, тъй като те потенциално могат да доведат до разрушаване на общественото доверие в държавните институции, което потенциално може да доведе до провал на социалния договор между гражданите и държавата; икономическа нестабилност, водеща до слаб капацитет на държавата и повишен риск от война в уязвимите райони; засилени стимули за някои участници да експлоатират ситуацията и да създадат смут; риск от масова миграция на хора, избягали от крехките държави и поставящи предизвикателства за сигурността на границите пред други страни; и повишен риск от инфекция от военнослужещи, разположени в чужди държави (9).

Въпреки че исторически епидемиите и пандемиите са били разглеждани като заплахи за мира и стабилността на държавите като цяло и за икономическите интереси на елитните групи в частност, инфекциозните болести и биотероризмът рядко са били в списъка на заплахите за националната сигурност преди 1990 г. Едва в средата на 1990-те години, когато засилената глобална свързаност, предизвикана от глобализацията, повиши риска от трансгранично предаване на инфекциозни заболявания, тези заплахи започнаха да се появяват в списъците на заплахи за националната сигурност в някои страни. Атаката от антракс през 2001 г. в САЩ и трансграничното разпространение на инфекциозни заболявания като СПИН, ТОРС и Ебола подтикнаха страни като САЩ, Франция, Германия и Великобритания да включат защита срещу тях в своите програми за национална сигурност. През 2001 г. администрацията на Клинтън обяви ХИВ/СПИН за заплаха за националната сигурност и през 2002 г. беше приет американският закон за глобално наблюдение на патогените, който призна инфекциозните заболявания като заплахи за националната сигурност. Настоящите стратегии за национална сигурност на повечето страни,

включително на най-мощните държави от Г-20, признават пандемии и инфекциозните болести като потенциални заплахи за сигурността.

При настоящата пандемия излиза на преден план необходимостта от стратегическо взаимодействие между апарата за национална сигурност и отделите за здравеопазване и реагиране при извънредни ситуации. Много държави като САЩ и Великобритания имат национални стратегии за биозащита, както и национални стратегии за здравна сигурност, интегрирани в своите стратегии за национална сигурност, особено при продължаващата пандемия(10).

Въпреки че корените на концепцията за човешка сигурност могат да бъдат проследени още през 40 -те години на миналия век в речите на американския президент Франклин Д. Рузвелт, където той посочва „свободата от страх“ и „свободата от липса“ като основни свободи, които хората навсякъде в света трябва да има, концепцията беше официално лансирана от ООН през 1994 г. в годишния си доклад за човешкото развитие (11). Чрез дефинирането на човешката сигурност като „защита от такива хронични заплахи като глад, болести и репресии“, както и „защита от внезапни и нараняващи смущения в модела на ежедневието“, концепцията за човешката сигурност е свързана както с човешкото развитие, така и с човешкото право като същевременно запазва отличието си, подчертавайки значението на ранното предупреждение и превенция (12). Това е широка, многоизмерна и ориентирана към хората парадигма за сигурност, която няма за цел да замени традиционната концепция за сигурност, а просто я разширява, като включва както традиционни, така и нетрадиционни заплахи. Той подчертава седем измерения на сигурността, от които хората се нуждаят, за да водят достоен и пълноценен живот. Здравната сигурност е едно от тези измерения. Други измерения включват хранителна, икономическа, екологична, лична, политическа и обществена сигурност. За разлика от изключителния фокус върху инфекциозните болести от традиционно практикуваната концепция за здравна сигурност, управляваната от сигурността на човека концепция за здравна сигурност включва широк спектър от заплахи за здравната сигурност, включително заразни и незаразни болести, и подчертава цялостни и многосекторни решения които включват укрепване на здравните системи, осигуряване на универсално здравно покритие и премахване на бедността и социалното изключване(13).

Глобалната инициатива за здравна сигурност (GHSI) - която се състои от неформална мрежа от държави и организации (делегациите на GHSI включват Канада, Франция, Германия, Италия, Япония, Мексико, Великобритания, САЩ и Европейската комисия14). СЗО служи като наблюдател.), която се събра малко след терористичните атаки през септември 2011 г. - съсредоточава усилията си в борбата и предотвратяването на риска от биотероризъм като начин за подобряване на глобалното здраве(15). По същия начин Глобалният индекс на здравна сигурност, изготвен от Центъра за здравна сигурност на Джон Хопкинс за оценка на свързаните със здравната сигурност възможности в 195 държави, е фокусиран предимно върху предотвратяването, откриването и реагирането на огнища на инфекциозни заболявания(16). Политическият реализъм днес би изисквал по -големи инвестиции в здравната сигурност, за да се гарантира както икономическата, така и държавната сигурност. Пандемията COVID-19 илюстрира, че вътрешните ползи от инвестирането в здравна сигурност и подобряването на прозрачността при споделянето на информация за огнището далеч надвишават вътрешните разходи за това.

Здравната сигурност до голяма степен оказва влияние на другите видове сигурност особено на енергийната сигурност(17). Енергийната сигурност продължава да бъде основен проблем за

повечето страни и/или икономически общности, защото основните ресурси са ограничени и съществува сериозно разминаване на вижданията за икономическите интереси между водещите енергийни производители и държавите – потребители(18).

Пандемията се явява фактор и предпоставка за състоянието на енергетиката и от там на икономиката. Необходимо е да се задълбочи изследването на влиянието и взаимосвързаността на енергийната сигурност със здравната сигурност. ЕС насърчава научните изследвания в областта на енергетиката, по-специално проекти, които целят разработването на нови технологии за доставка на енергия и повишена енергийна сигурност(19).

В България все още няма ясна стратегия за справяне със здравната криза, причинена от COVID пандемията. Това е и причина за напрежението в болничните структури, за стреса, в условията на който функционира здравната система. По-високата степен на организация в управлението на здравната сигурност при пандемията би решила редица проблеми. Държавата е отговорна за организацията на управлението на здравната сигурност при пандемията, включително и финансово.

На 7 април 2021г. беше достигнат пикът на третата вълна на пандемията в България. От 71 720 активни случая на коронавирсуната инфекция, броят на хоспитализираните беше 10 429, а 777 пациенти с COVID-19 се намираха в интензивни отделения. При четвъртата вълна на пандемията данните от 02.11.21г. показват, че са починали **310** души, а на 09.10.21г. 334 като от тях над 90 % не са били ваксинирани. Това са най-смъртоносните дни досега в сравнение с пика на третата вълна на 21 април 2021 г. когато починаха 248 души, както и с пика на втората вълна на 25 октомври 2020г. когато живота си загубиха 243 души. В САЩ от началото на пандемията над 770000 са починали, в Бразилия над 606000 починали, а в Индия 460000 починали.

Ваксинацията на населението и въвеждането на зеления сертификат са от основно значение за справяне и управление на здравната криза и подобряване здравната сигурност на населението.

В болниците от постъпилите с коронавирусна инфекция, около 90% не са ваксинирани.

За по бързо справяне с пандемията трябва да няма различия в позицията на различните политически сили за ваксинацията на хората. Не би трябвало заради привличане на избиратели да се отричат доказани научни истини за ползността на ваксинацията. Необходимо е повече информация в медиите за ползите от ваксинацията.

В началото на ваксинационния процес 50-60% от хората в България бяха склонни да се ваксинират. Пропуснат беше шанса да се ваксинират хората, когато имаха желание. В момента 75% от населението на ЕС е ваксинирано, като България е на последно място. България закъснява с ваксинирането на уязвимата група - възрастни хора и хронични заболявания", Към настоящия момент общо в страната са поставени към 3 милиона дози от ваксини срещу коронавируса. От тях 1 500000 души са със завършен ваксинационен цикъл. След въвеждането на зеления сертификат се ваксинираха над 250000 човека.

Административният съд в София е отхвърлил над 30 жалби свързани с втвърдяването на противоепидемичните мерки и въвеждането на зеления сертификат.

Жалбите са свързани най-вече с оплаквания срещу въведеното изискване за зелен сертификат и последиците от него като недопускане до работно място, обществени места и нужда от финансови средства за изготвяне на тестове. Съдиите посочват, че в нито една от жалбите не е посочено доказателство за реални вреди, а се изброяват само хипотетични предположения за последиците. Като мотив за отхвърляне на исканията срещу действието на заповедта за COVID

сертификата, съдиите посочват и заложената презумпцията, че общественият и държавният интерес надделяват над личния.

Необходимо е солидарност в нашето общество по отношения на ваксинацията и въведените тестове за изследване COVID-19 в училищата.

Управлението на риска при извънредни ситуации е водеща приоритетна програма в борбата срещу COVID-19.

Болничната структура е максимално натоварена именно поради липса на своевременна стратегия - залагане на отговорностите на болничните структури, включване навреме на мащабната дейност на личните лекари, на ДКЦ-тата. В момента болничният мениджмънт е кризисен по отношение на управлението на кадрите и финансите. Кризата, причинена от коронавирусната пандемия е здравна и икономическа. Тя е повсеместна, във връзка с което е необходимо да има правилна стратегия за справянето с нея.

Повишаването на готовността и подобряването на реакцията при евентуални бъдещи огнища на инфекциозни болести се превръщат във все по-належащи теми, тъй като появата на подобни огнища е все по-вероятна. Някои дългосрочни тенденции, като антимикробната резистентност, натискът върху биологичното разнообразие и изменението на климата, всяка от които е свързана с нарастване на заплахата от инфекциозни болести у нас, в Европа и по света, продължават да се задълбочават. Срещу тях е нужен почиващ на научни прогнози план за действие, който трябваше да бъде предварително изготвен. Необходим е системен подход, който признава изцяло взаимовръзката между здравето на хората и здравето на животните и околната среда и е в състояние да разработи структурирани, ориентирани към бъдещето решения, оперативен план за ограничаване и управление на пандемията, съгласно който:

На първо място трябва да се укрепят съществуващите структури и механизми с цел подобряване на защитата, превенцията, готовността и реакцията срещу опасности за здравето на човека и да се създаде Комитет по здравна сигурност към Министерството на здравеопазването по подобие на създадения Комитет по здравна сигурност в Европейския съюз.

На второ място е необходимо изграждане на солидна рамка за готовността, наблюденията, оценките на риска, за ранното предупреждение и реакцията при пандемии и здравни кризи.

Трето. Дефицитът в капацитета ни за реакция на мащабни здравни кризи показва необходимостта от по-съгласуван и координиран подход в подготовката и управлението на подобни заплахи.

Четвърто. Необходимо е подобряване на здравната сигурност чрез навременно и прозрачно международно сътрудничество и координация на политиките, основани на наука и доказателства, в съответствие с универсалните права на човека.

Пето. От значение е прозрачността в действията, навременно и бързо споделяне на информация и използване на целия капацитет по глобалните въпроси на здравната сигурност по отношение на инфекциозните заболявания.

Шесто. Поддържане на готовност на всички системи срещу заплахи от здравни кризи и инфекциозни заболявания като приоритет.

Седмо. Следва да се регламентират всички необходими междусекторни дейности, за да се направи страната ни по-добре подготвена за предотвратяване, откриване и реагиране на заплахи за сигурността на общественото здраве.

Осмо. Да се изградят мрежи за поддържане на бдителна способност за готовност и реагиране на национално и регионално ниво срещу сложните заплахи, породени от инфекциозни заболявания и здравни кризи независимо от произхода им.

На преден план излиза все по голямото значение на здравната сигурност за управлението на здравната криза при COVID 19. Съществено е нивото на здравната сигурност на всяка държава за своевременна реакция при кризи, засягащи общественото здраве. Необходимо е от тясно сътрудничество между всички държави за постигане на глобалните цели на здравната сигурност за справяне с COVID 19.

References:

- Mely Caballero-Anthony, "Health and Human Security Challenges in Asia: New Agendas for Strengthening Regional Health Governance." *Australian Journal of International Affairs*, Volume 72, No.6 (2018): 602-616.
- Lina Gong, *Southeast Asia-China Cooperation in Disaster Management in Post-COVID Era*, Policy Report, 29 September 2020.
- Margareth Sembiring, *Global Health Security – COVID-19 Crisis: Timely Reminder for Climate Change*, RSIS Commentary CO20074, 17 April 2020.
- Angelo Paolo Luna Trias, *Global Health Security – Military Response to COVID-19: Advantages and Constraints*, RSIS Commentary CO20065, 07 April 2020.
- Koev K. The importance of health security as an element of the national security system. *The Knowledge Society and Humanism of the 21st Century*, UNIBIT, 2018, 659-667.
- Koev K. National Strategy for Health Security of the United States. *The knowledge society and humanism of the 21st century*. UNIBIT, 2019, 231-237.
- 7.Radulov, N., 2018, Internet of things. Security 4.0. *Security & Future*, STUME, p. 99.
- Denchev, S., Peteva I. *Publicity and terrorism: Communication and behavioral models*. // Сборник статъи, 2005, За буквите - О писменехъ .
- Manev, E. *Organizational culture. Essence, Change, Measurement*, Military Publishing House, 2007, p. 231.
- Koev, K. *Health and national security*. Monograph, "About the letters - About writing", Sofia, 2018, 303.
- Kandel N., *Health security capacities in the context of COVID-19 outbreak: an analysis of International Health Regulations annual report data from 182 countries*. *Lancet* 2020, volum 395, issue 10229, p 1047 1053
- Abraham, T. 'The Chronicle of a Disease Foretold: Pandemic H1N1 and the Construction of a Global Health Security Threat', *Political Studies*, (2011) 59 (4), 797–812.
- Elbe, S., 2010a, *Security and Global Health*. Cambridge: Polity Press.
- Kamradt-Scott, A., 2010, 'The WHO Secretariat, Norm Entrepreneurship and Global Disease Control', *Journal of International Organization Studies*, 1 (1), 72–89.!
- Rushton S., *Global Health Security: Security for Whom? Security from What?* *Political Studies*, 2011, volume 59, issu 4
- Kamradt-Scott, A. and Lee, K., 2011, 'The 2011 Pandemic Influenza Preparedness Framework: Global Health Secured or a Missed Opportunity?', *Political Studies*, 59 (4), 831–47.
- Andreev, A. 2019. Prospects of blockchain technologies in the security of energy gas supply of "Gas Hub Balkan", *Proceedings of Scientific conference "Blockchain technologies in the economy - international, domestic, economic and legal issues"*, SWU "Neofit Rilski", Blagoevgrad, 25.10.2019.

- Andreev A, 2020, The Energy Future of the Republic of Bulgaria in the Context of National Security, pages 515-522, New Bulgarian University, Department of National and International Security, International Scientific Conference “Broad Security”, Sofia, 2020;
- Andreev A, 2020, Energy supply in the European Union as a factor for the energy security of the Member States, pages 506-515, New Bulgarian University, Department of National and International Security, International Scientific Conference “Broad Security”, Sofia, 2020.

УНИВЕРСИТЕТСКИ ЦЕНТЪР “БАЧИНОВО”: ТРАДИЦИИ, ГОСТОПРИЕМСТВО И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

доц. д-р Теодора Кирякова-Динева⁴⁴, докторант Беатрис Владимирова⁴⁵

UNIVERSITY CENTER BACHINOVO: TRADITIONS, HOSPITALITY AND CHALLENGES

Assoc. Prof. Teodora Kiryakova-Dineva, PhD Student Beatris Vladimirova

Абстракт

Предложеният доклад има за цел да представи Университетския център Бачиново към ЮЗУ „Неофит Рилски“ в контекста на установените вече традиции, свързани със събитията, обученията – както вътрешни за университета, така и външни. Авторите обобщават ролята на центъра за изграждане на положителен имидж на университета, най-вече чрез неговото съществуване като място за провеждане на регулярни събития с образователен характер, а също така и от гледна точка на обучението по туризъм в Стопанския факултет. Тъй като гостоприемството в случая има по-специфичен характер и организационна структура, то авторите очертават основните насоки на симбиозата межд хотелиерството и дейностите на университетския център. Приложен е аналитичен подход и се обобщават някои данни с оглед на гостоприемството в хотелската структура на центъра: преди и по време на пандемията от COVID-19. Специално място заема и потърсената експертна оценка, най-вече по отношение на предизвикателствата, свързани с гостоприемството в периоди на несигурност и съвременни ограничения.

Key words: университетски център, гостоприемство, хотелиерство, реклама, COVID-19.

JEL code: D02, L8, Z32

Увод

В периоди на самооценка, какъвто е юбилеят 45 годишнината от създаването на Югозападен университет „Неофит Рилски“ и 30 години от съществуването на Стопанския факултет към същия университет, е очаквано да се изходи от позицията на постигнато и и да се очертае визията за оптимизиране на постигнатото. Днес, повече от всякога е ясно, че туризмът на второто хилядолетие се откроява с редица положителни характеристики, сред които са българските традиции (Стойкова, 2011; Иванова и др 2013; Бръмбаров, 2001; Радойнова и др. 2015), събитията (Илиева, 2019), добрите практики за свободното време (Попова, 2002; Кръстева, 2014), туристическите пазари (Ракаджийска и кол, 2010), рекреацията (Милева, 2004; Дъбева и Луканова, 2017), иновациите (Димитров, 2012), управлението на качеството (Гръчка, 2006) и дигитализацията (Янкова-Хаджиева, 2020; Въсенска, 2018). Те продължават да имат своята валидност и ценност, но откриват и нови и още по-силни предизвикателства, най-вече по отношение на случващите се промени в социално-икономическата сфера, непредвидимост и живот в условия на несигурност и пандемия. Днешното общество е неподготвено за адекватни мерки, и в най-голя степен това е така в образованието, здравеопазването, бизнеса, а също в

⁴⁴ Tourism Department, Faculty of Economics, South-West University „Neofit Rilski”, Blagoevgrad

⁴⁵ Tourism Department, Faculty of Economics, South-West University „Neofit Rilski”, Blagoevgrad

голяма степен и в туризма. В обхвата на така изброените попада и структурата на университетския център „Бачиново“, който от една страна изпълнява ролята на хотелиерска организационна структура за академични цели, а от друга - функционирането благодарение на установените в университета добри традиции.

От друга страна прогресът дава отпечатък чрез технологичната революция, а процесите в обществото в по-голяма степен зависят един от друг, а връзките между отделните индивиди и организациите – все по-интегративни, създавайки по този начин нова система на отношения.

Този факт е видим в рамките на университетските структури. По примера на ЮЗУ „Неофит Рилски“ може да се види, че както хронологично, така също и в структурен, и в организационен план, в университета са постигнати редица постижения, които имат характер на конкурентно предимство в сферата на висшето образование.

На първо място, това е широкият профил на научните специалности в бакалавърските и магистърските програми, а на второ място – това е строгата и развита организационна университетска култура, реализирана от всеки от деветте факултета. Тази култура на университетска организация има основен принос за това днес в университета да съществуват 75 програми за ОКС бакалавър и магистър и 84 програми за образователната и научна степен доктор, както и допълнително 121 магистърски програми след завършено висше образование. Този широк обхват в образователния профил на университета може да се разглежда и като резултат от визията и стратегията на университета да върви не само в посока на мултифункционалност, но и да приема курс на интернационализация. Допълнително, отличната материална база дава възможност за по-близка връзка с другите сфери на живот, гранични с образованието (Университетска библиотека „Неофит Рилски“ и Издателският комплекс „Неофит Рилски“, Центърът „Кариерно развитие“). Настоящият доклад обаче има за обект един от по-особените центрове, а именно Университетския център "Бачиново", който наред със Спортно-възстановителен център "Бачиново", както и Природо-научната станция "Предел". Този своеобразен център се отличава със специфична структура и хибридна организационна хотелиерска култура. Настоящата презентация цели да покаже фактите, които ни дават основание да твърдим това.

Място и роля на Университетски център „Бачиново“ в структурата на ЮЗУ „Неофит Рилски“

Университетски център „Бачиново“ се намира на 3 км от град Благоевград, близо до парк Бачиново. Центърът, понастоящем функциониращ като университетски център, е построен през 1974 година е школа с политическо предназначение. Отдаден през годините на Американският университет в България, центърът се е ползва за студентско общежитие. Присъединен е към структурата на ЮЗУ „Неофит Рилски“ през 2004 година. От тогава Университетски център „Бачиново“ е важна част от Югозападния университет, в който се провеждат множество и важни конференции, тийм билдинги, обучения, симпозиуми, лагери на спортни клубове и събития от частен характер, в това число празненства, чествания, балове, рождени дни, сватби и коктейли.

В своята хотелска част университетски център „Бачиново“ разполага с 4 апартамента, 4 единични стаи и 68 двойни стаи, ресторант с капацитет 150 места, оборудвани конферентни зали с общ капацитет 270 места и аула със 150 места и бар. Към центъра допълнително е Спротно-възстановителния спа център, който разполага с джакузи, сауна, парна баня, тангентор, фитнес

и различни видове терапии и масажи. Благодарение на спа центъра намиращ се в УЦ „Бачиново“ студенти от специалност „Кинезитерапия“ също имат досег до реална работна среда.

Симбиозата между центъра и университета се открива най-вече на фона на главната роля на центъра при за обучението на студенти от специалност „Туризъм“, които провеждат своя производствен стаж тук. Студентите следват график и имат възможност да влязат в реална практическа среда не само на позиции на рецепцията, но имат пряк достъп до целия производствен цикъл на хотела. Студентите добиват практически умения в сферата на хотелиерството, но и се научават как правилно да общуват с гостите, как да реагират в реална среда и сами да вземат решения за избягване на конфликти. Не на последно място, студентите се запознават пряко с организационната култура на центъра и университета, нещо повече - стават част от нея.

Център „Бачиново“ е част от всички големи събития в града, и най-вече, когато тези събития се отразяват мащабно от всички медии. Най-вече това са емблематични събития, добили регулярност в рамките на Културния календар на общината, и които допринасят изключително много за икономическото развитие на бизнес сферите, функциониращи в града, сред които и хотелиерството.

Музикалният фестивал «Франкофоли» който се провеждаше ежегодно в град Благоевград, беше от голямо значение за града и бизнеса защото благодарение на него прилива на туристи беше огромен. По време на това събитие заетостта в УЦ «Бачиново» е 100%. Световно първенство по канадска борба провело се през 2016 година в Благоевград също осигури 100% заетост в УЦ „Бачиново“.

С интересна специфика е и рекламата, на която разчита центъра. Това е предимно рекламата от сайта на центъра. С допълнителен ефект се оказва рекламата от уста на уста, която се инициира и разпространява от присъствалите на симпозиумите и събитията участници. Благодарение на нейната сила на ефективност, достоверност и благонадеждност, центърът набира повечето от своите групи посетители. По косвен път, обучаемите, които са участвали посещавали центъра, се явяват основните субекти, рекламиращи гостоприемството на Бачиново.

Снимка 1 Център „Бачиново“



Типология на специалните събития в Център „Бачиново“

Говорейки за туризъм, хотелиерство и пътувания, обикновено по презумпция се приема наличието на сложни отношения в обхвата на дестинацията. В този обхват съществуват и оказват влияние културата на домакина, различните преживявания, опознаването на културните забележителности и всички други по вид и характер дадености на туристическата дестинация. От значение са и събитията, които са свързани с пътуванията. Рядкост са изследванията, които насочват изследванията за взаимодействията на туристите с организационната култура на място. С настоящия доклад ние поставяме този интересен изследователски въпрос. Обект на изследване на университетския център Бачиново, който е своеобразно място за настаняване и част от структурата на Югозападния университет „Неофит Рилски“.

Много центрове, включително и университетски, осъзнават ползите от управлението на събитията и развитието на собствени места за настаняване като ги интегрират в своята университетска структура. Тяхната нарастваща роля се свързва преди всичко с това, че тази част от развитието на туризма може да има положителен ефект върху имиджа и популярността на самия университет. По този начин се постига и ефекта на скритата реклама.

Взаимовръзката между университетските центрове и деловите пътувания се открива на фона на това, че както и университетите, така и деловите пътувания включват срещи (meetings), стимулиращи събития (incentives), конгреси (conferences/), изложби (exhibitions). На това място авторите не приемат категорична типология /класификация на видовете събития, защото както родната, така и чуждата литература все по-често използват акроними като MICE, МЕЕС или названието специални събития, ивенти). Независимо начина на тяхната класификация, те като сегмент от туристическия пазар са изключително важна част от бизнеса и пътуванията въобще, особено когато става дума и за пътувания с цел конферентен и образователен туризъм в рамките на академичната общност. Симбиозата между тях има потенциал да повиши привлекателността на туристическата дестинация, да донесе икономически ползи за заинтересованите страни, и да повиши разпознаваемостта на университета въобще.

Специфика на провежданите MICE, МЕЕС или специални събития на Център Бачиново

Визията на УЦ „Бачиново“ не е променяна много през времето, базата на центъра се отличава с добра възможност за цялостно провеждане събития от всякакъв род, попадащи предимно в рамките на образователния и конферентния туризъм.

Стратегията на центъра е на първо място да задоволява потребностите на университета, а също и на всички свои гости в еднаква степен, като предлага уют, чистота и вкусна храна.

Посетителите, които УЦ „Бачиново“ посреща, са разпределени през цялото време на годината. Центърът е посрещал и посреща гости от различни националности, на всякаква възраст. Тук отседат студенти и академичен състав, представители на всички сфери на обучението и науката, гости с висок ранг на държавни служители до управлението, включително министри и посланници. Благодарение на множеството конференции, симпозиуми и обучения много от гостите идват от далечни точки на света като Китай, Индия, САЩ, Бразилия, Мароко, Виетнам, Грузия, Йордания, Египет, Катар, Северна Корея и много други.

Най-честите отзиви, които дават посетителите на центъра, са положителни, свързани са с храната, чистотата и любезното отношение на персонала; получават се и някои препоръки за обновление на стаите и общите части на хотелската част. Категорично силни страни са храната,

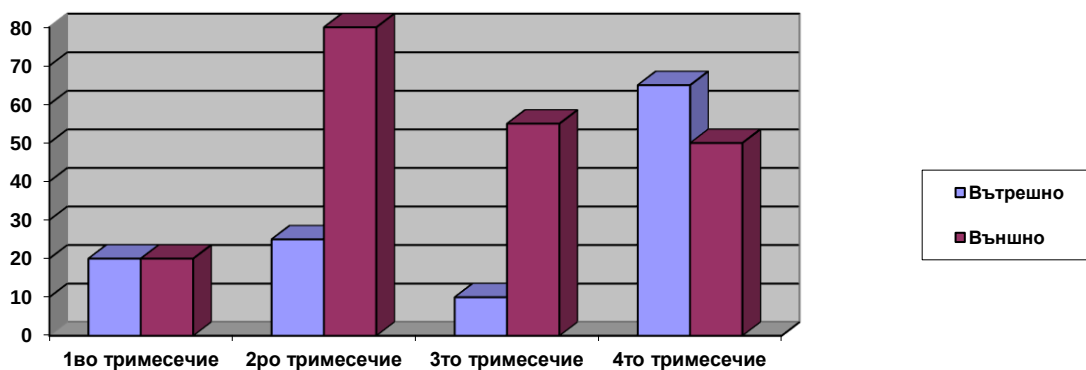
чистотата, доброто обслужване, околността в която се намира, големият капацитет от стаи и брой места в конферентните зали. Слабите страни са недостатъчният на брой персонал и нуждата от модернизация на общите части.

Анализ на провежданите събития през 2019 и 2020 година

Авторите предоставят анализ на заетостта на Центъра. За основа на тази част служи сравнителния анализ на посещенията в две години - 2019 година и 2020, т.е. последната година преди глобалната пандемия от COVID-19, и 2020 - годината, в която COVID-19 се настани трайно в световен мащаб.

Първата стъпка ообхваща анализ е по отношение на типологията на събитията. Най-общо авторите ги класифицират по показателя *външни за организацията* и *вътрешни за организацията*. Вътрешни събития са конференции, семинари, обучения и празници, проведени под патронажа на Югозападен университет „Неофит Рилски“ или някоя от неговите структури, центрове и отдели. Външни събития са отново конференции, семинари, обучения, празници и спортни мероприятия, организирани от други частни юридически и физически лица, организации, отбори или дори други университети, НПО и т.н.

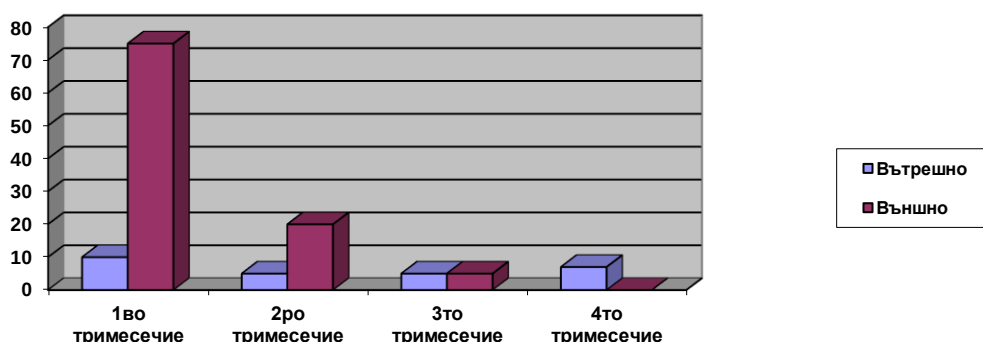
Фиг. 1 Вътрешно спрямо външно организиране на събития в УЦ „Бачиново“ през 2019г.



Източник: *авторите*

Типологията по първия класификационен признак за 2019 година показва, че от голямо значение за дейността на центъра имат външните събития като в най-голяма степен това е изразено за второто и третото тримесечие. Вътрешните и външните събития са по-малобройни в началото на годината. Университетът е организирал най-много събития през последното тримесечие, когато като цяло се активизира академичната дейност, и когато се провеждат редица вътрешни за организацията събития.

Фиг. 2 Вътрешно спрямо външно организиране на събития в УЦ „Бачиново“ през 2020г

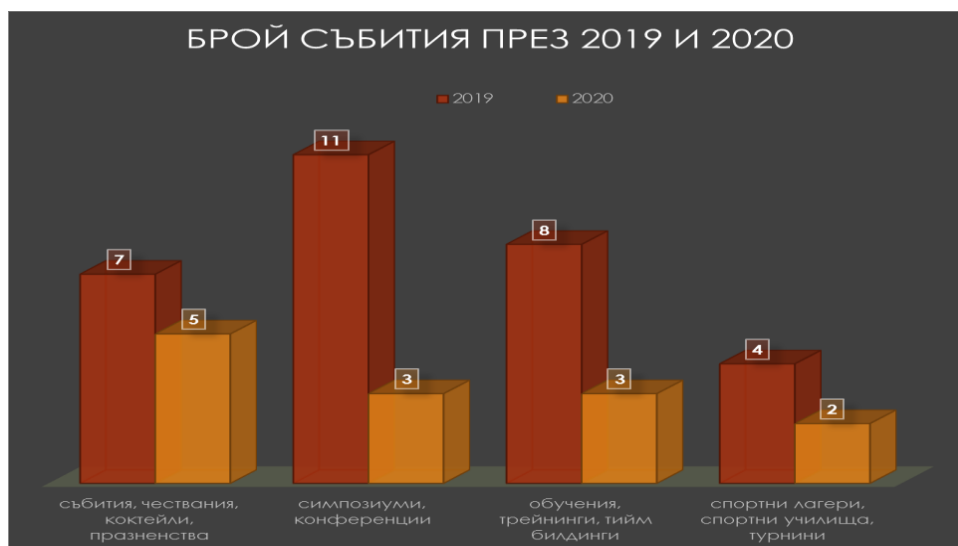


Източник: *авторите*

Независимо от подразделението на вътрешно спрямо външно организирани мероприятия, става ясно, че заетостта в УЦ „Бачиново“ по принцип нараства няколко пъти през годината. Първите месеци от годината винаги е състояние на покой, основните мероприятия са конференции и семинари, което означава, че ръст се появява през месеците Април и Май, преди приключване на учебната година. Сезонът на лятото има лек спад и основните мероприятия са лични празници и спортни лагери. С настъпването на есента и започването на учебната година отново има ръст с заетостта както от към конференции, така и от ношуващи преподаватели в университета.

Благодарение на събраните първични данни и експертна оценка авторите могат да предложат обобщаващи данни относно броя на проведените събития през 2019г и 2020 г., за чието онагледяване е приложена следващата фигура:

Фиг. 3 Количествена типология на събитията УЧ „Бачиново“ за 2019г и 2020г



Източник: *авторите*

От така предоставените за анализ данни на експертите, взели участие при събирането на първичните и вторични данни, става ясно, че събитията с организиран характер попадат в обхвата на организационната структура на университета. В настоящия анализ не са включени единичните

пренощувания на академичния състав на университета. Според данните, с най-голям брой сред събитията са симпозиумите и конференциите през 2019г, като общият им брой е 11. Като численост след тях следва организирането на обучения, тренинги, тийм билдинги, а на трето място са събитията, честванията, коктейлите и празненствата. Към последната група се включват и не малка част, които са от частен характер. В следствие на кризата с COVID-19 броят на организираните събития от 32 броя намалява на 13, което е повече от половината спрямо предходната година.

Фиг.4 Типология по вид на организираните събития през 2020г.



Източник: авторите

Фиг. 5 Брой посетители 2019г спрямо 2020г



Източник: авторите

Анализ на резултатите и заключение

Направеният анализ на Университетски център „Бачиново“ дава основания да се определят някои основни черти, с които той се характеризира. На първо място се откроява неговото значение като хотелиерска структура, която осъществява гостоприемство и дейности по настаняване, разнообразни по своя характер. Като процентен дял, на първо място по брой събития, които центърът е организирал, са симпозиумите и конференциите. Това е валидна тенденция, продължаваща дори и във времена на несигурност и публично-здравна криза, причинена от глобалната COVID-пандемия. Следващите по важност събития, отново и за двете години, намиращи се в времена на несигурно туристическо поведение, се открояват обученията, тренинзите и тийм билдингите. На трето място са събитията, честванията, коктейлите и организирането на частни празнества. Със значителен дял от общия дял посетители се открояват и спортните лагери, спортните училища и турнирите, които се включват в типологията на специалните събития на центъра. За съжаление, и както е валидно за целия туристически сектор, посещаемостта в Университетския център е намаляла и намалява значително. Положителна черта е, обаче, че това намаляване е почти два пъти за всяка от категориите, без да достига до нулева заетост. Отново на база проведената експертна оценка, на фона на хотелите от различни категории в град Благоевград за Центъра може да се открие положителната черта, че той е от малкото места за настаняване, които приемат гости, имат активна дейност и изпълняват своите основни функции, дори и в периоди на продължаващата четвърта вълна от COVID-19. По мнението на авторите този факт се дължи на хибридната организационна култура и ивент-мениджмънта на центъра. Цялостната концепция за съществуването на центъра в университетската структура, добрата материална база, концепцията за безопасен туризъм и място за провеждане на специални събития са сред силните черти, чрез които центърът оцелява. Сайтът, и като цяло рекламните модели има нужда от обновление. От модернизирание се нуждае комуникационната култура на Център „Бачиново“.

По отношение на конкретното влияние на кризата върху дейността може още веднъж да се каже, че като годишна заетост COVID-19 значително е повлиял на работата, дори в силните месеци. В летните месеци заетостта е намаляла с над 70%, периоди са национален локдаун резонно липсва каквато натовареност на легловата база.

Потвърждават се мястото и ролята на центъра в организационната структура на университета и могат да бъдат потърсени нови пътища за начина на работа в ситуация на глобална пандемия и обществена несигурност и риск.

Използвана литература:

Бръмбаров, И. (2001). *Родопи – рекреационна територия*. София: Галик.

Въсенска, И. (2018). Стратегически и икономически особености на атрактивността на туристическата дестинация. Унив. изд. "Неофит Рилски": Благоевград.

Гръчка, Л. (2006). Внедряване на системи за управление в хотелиерството съгласно изискванията на Европейския съюз. Управление и устойчиво развитие: Общество, човек, природа, Vol. VIII, 1-2, 465-469.

Димитров, Пр. (2012). Иновации и иновационно мислене в туризма. Авангард прима: София.

- Дъбева, Т., Луканова, Г. (2017). Хотелиерство. Университетско издателство „Наука и икономика“: Варна.
- Иванова, Евг. (2013). Юбилейна национална научна конференция с международно участие Традиции, посоки, предизвикателства. Смолян : ПУ "Паисий Хилендарски", филиал Смолян.
- Илиева, П. (2019). *Събитиен туризъм в България на основата на отличителни събития*. АИ: Свищов.
- Кръстева, Руска (2014). Селски туризъм - междурегионални особености. Авангард прима: София.
- Милева, С. (2004). Рекреация чрез специализиран туризъм. Авангард прима: София.
- Попова, Н. (2002). Управление на продукта на културния туризъм в градска среда (по примера на град София) Год. СУ на „Св. Кл. Охридски“: София.
- Радойнова, Д., Копринаров, Бр. и др. (2015). Средецкият край : фолклор, религия, туризъм : сборник с проучвания по Научно-изследователски проект No 322 "Религиозен канон, фолклорни реликти и селски туризъм: паралели в културата на населението от Средецкия край" при Университет "Проф. д-р Асен Златаров" – Бургас. Бургас : Флат.
- Стойкова, Блага (2011). Кукерските празници и фестивали на маскарадните игри от Старозагорско като основа за развитие на фестивален туризъм. Акад. изд. Тракийски университет: Ст. Загора
- Янкова-Хаджиева, Боряна (2020). Пътувания и туризъм в България в контекста на дигиталната трансформация. Акад. изд. За буквите - О писменехъ: София.

БЪЛГАРСКИЯ КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИ ТУРИЗЪМ И ИЗРАЕЛСКИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР

Докт. Роман Стоянов⁴⁶

Резюме

Настоящата статия прави опит да разгледа някои аспекти от взаимоотношенията между българския и еврейския народ, както и взаимоотношенията между България и Израел, като възможности за развитие на културния туризъм и най-вече възможностите за по-ефективно позициониране на българския културно-исторически туризъм на израелския туристически пазар.

Въведение

„Като страна с хилядолетна история и наследство, оставено от древни цивилизации, България има какво да предложи на своите гости, които имат интереси в областта на историята, културата, етнографията, религията, архитектурата и изкуството. По територията на цялата страна са пръснати уникални археологически открития – древни селищни могили от епохата на неолита, тракийски светилища и гробници, останки от римски градове, византийски и средновековни крепости, архитектурни резервати, етнографски комплекси, църкви и манастири, текета и много други.

Въпреки че заема само 2% от територията на Европа, в страната ни са регистрирани около 40 000 исторически паметници (7 от които в Списъка на ЮНЕСКО на световното културно наследство), 36 културни резервата, 160 манастира, около 330 музея и галерии. Тук се включват праисторически находки, тракийски гробници, обекти от гръцката епоха, римски крепости, исторически паметници от времето на Първото и Второто българско царство, както и архитектурни забележителности от епохата на Възраждането.

Като най-ярки за България могат да се посочат паметниците, включени в Списъка на ЮНЕСКО: Казанлъшката гробница (IV-III в. пр.Хр.), Тракийската гробница при село Свещари край Разград (III в. пр.Хр.), Мадарският конник (VIII в.), Боянската църква (X-XI в.), Ивановските скални църкви край Русе (X-XIV в.), Рилският манастир (X в.), Старият град в Несебър.“ (bulgariatravel.org)

Голяма част от изброените по-горе обекти отдавна са в маршрутите на туристите от Държавата Израел.

„В обединена Европа се работи в посоката: Културното наследство е най-ценният актив на Европа“ и държавите членки целят ренесанс на уникалното европейско културно наследство.“ Мариана Праматарова (2015г.)

60% от туристите в Европа пътуват с цел културен туризъм. Но България, която е на трето място по богатство на културно-историческото наследство понякога забравя, че то трябва да се съхранява, координира, развива и рекламира. Това каза доц. **д-р Соня Алексиева**, откривайки дискусия, озаглавена „Забравени ли са културно-историческите обекти в България“ (thexperts.bg)

⁴⁶ Югозападен университет „Неофит Рилски“, Стопански факултет, Катедра „Туризъм“

Според статистическите данни на Министерство на туризма до началото на ковид-пандемията туристическият поток от Израел се е увеличавал постоянно. По брой на туристически посещения на чужденци, израелските граждани са били между 11-то и 14-то място от 47 държави в статистиката.

В израелската преса – ежедневниците „Йедиот ахронот“, „Маарив“ и „Израел айом“ имат рубрики поддържани от впечатленията на туристи, пътешественици, туроператори. Това са винаги актуални сведения за входни такси в музеи, цени на хотели, храна и таксите, а също са отзивни качество на туристическите услуги. Като истински солидарна нация те винаги сигнализират във въпросните рубрики, ако до определен обект няма възможност за достъп на лица с ограничени двигателни възможности, ако менюто в ресторанта няма превод на английски или той видимо е правен с google – преводач.

Нароиците се в последните години и кулинарни и туристически блокове и влогове допълват картината на интересите, впечатленията и критиките на израелския турист, който от десетилетия минава за колкото масов, толкова и за непостоянен, а и твърде повлиян от политическата конюнктура на собствената си страна, както и известни исторически предразсъдъци и комплекси. По разбираеми причини, туристите от Израел традиционно насочват интереса си към българските градове, свързани с утвърдени и развити еврейски общности през XIX и XX век – София, Пловдив, Русе, Варна, Видин, Пазарджик, Силистра и Карнобат. Популярната екскурзия – „връщане към корените“ се споделя едновременно от 2 или 3 поколения в семейството и рода, като българските евреи са възприели практиката на европейските си събратя да затвърждават родовата си памет „на терен“. Емблематичен за такъв род туризъм е град Русе, който спокойно е съчетавал през миналия век сефарадска и ешкеназка общност, до степен една четвърт от населението на тогавашния Русчук да е еврейско. Туристът бързо разбира че това е времето, в което градът развива яркия си европейски облик – строят се разкошни домове, банки, магазини и кантори, които върху фасадите си и до днес пазят еврейски религиозни и родствени символи. Родствениците – близки и далечни на предприемчивите местни еврейски фамилии Ардити, Пинкас, Розенберг и Коен търсят всяко кътче в града, което пази парчета от славната им родова история. Специално място в тези обекти е „Дом Канети“ – мястото обитавано от семейството на Нобеловия Лауреат Елиас Канети и сантиментално описано в романа му „Спасеният език“.

Днес в Русе няма функционираща синагога. Бившата ашкеназка синагога, построена 1927 г. е еврейски център с молитвена зала. В нея са запазени две големи плочи от черен мрамор, на които със златни букви са изписани имената на евреите, загинали във войните от 1912-1918 г. Голямата сефарадска синагога е превърната в християнска църква.

Ивановските скални църкви край Русе са обект на интерес от страна на израелците, доколкото предполагат екстремно посещение в нетипична за ориентирания към градски комфорт и с фокус към близки времево-ориентирани туристически обекти.

Градовете Пловдив и Варна печелят израелските туристи с историческите си паметници, също свързани с живота на еврейската общност през XIX и XX век. Синагогите – ешкеназка във Варна и сефарадска – в Пловдив са действащи и включват малки музейни кътове, които да представят живота на общностите в най-активните и динамични за битието им времена. И двете се намират в относително съхранени еврейски квартали, които са запазили традиционния си облик. Пловдив задължително се свързва и с историята за Спасяването на българските евреи през Втората световна война. Версията за отменената депортация през 1943 г е повод много от

израелските туристи, при това не само от български произход да търсят историческите паметници, разказващи за тези събития напр. старото еврейско училище.

„Силистра е градът, който единствен в България успява да привлече хиляди ултра-религиозни еврейски туристи, макар и веднъж годишно. С този град е обвързана биографията на еврейския равин, философ и лекар Елиезер Папо, който през XIX век спасил града от холера, но сам станал нейна жертва. Възстановения му през 2003 г. гроб привлича всяка година огромен брой вярващи, които се молят и оставят бележки с желания. В тържествата традиционно се включва Посланикът на държавата Израел, а за хилядите туристи се подготвят и „кашерни“ трапези, според най-строгите изисквания на религиозния кулинарен ритуал.“ (Силвия Авдала в-к 24 Часа)

Само затрудненията с осигуряването на „кашерен“ сертификат за достатъчен брой храни, произвеждани в България затруднява иначе вечно заинтригуваните от нови и непознати досега места ултра-религиозни туристи да съчетаят традиционното силистренско поклонение с посещения и на други градове.

Останалите туристи от Израел – повечето от тях с подчертано светски, а не религиозен мироглед и начин на живот са изкушени и от предлаганите в етнографските комплекси традиционни български гозби, като често предлагането включва и демонстрация на начините на приготвяне. Споделените по-късно в израелските вестници и туристически и кулинарни блокове умения вече да приготвят „гвина-булгарит“ – българско сирене, кисело мляко или агне на чевърме привличат все повече израелци, които и без тези специални атракции са познати на всяка точка по света като кулинарни експериментатори. Това е и повод в много от израелските домове да има огромни колекции от съдове за готвене, глинени гърнета, стомни, гювечи, сачове, а и традиционни готварски рецепти отпечатани върху плакати, брошури и покривки, събирани от цял свят.

Древни ритуали за потентност и плодовитост, свързани с Перперикон са вече коментирани в израелската преса, доколкото засягат друг специфичен интерес на израелския турист – този, който го кара да разпитва. Не добре развитата инфраструктура обаче прави мястото трудно достъпно за по-големи групи и остава в периферията на стандартните турове, въпреки цялата митология с която е обвито. Освен това, подозрението, че може би мястото повлиява на тези, които се осмеляват да ношуват там сблъсква туроператорите с драмата около страховете за охраната на израелския турист.

Все пак тези туристически обекти са много по-разбираеми и радушно приети от израелеца, който поради характера си бърза да оформи своя лична версия за култа, отколкото раннохристиянските и по-късни храмове и манастири, пък били те и скални. В опитите си да обяснят значението за българите на някои ранни християнски обекти, някои туристически гидове стигат до представянето на ранното християнство като „юдаизъм на втори прочит“, което завинаги отблъсква макар и светски настроения израелец.

Туристите от Израел обаче лесно могат да възприемат всеки обект, който дава признаци за еврейско присъствие по тия земи, макар и отдавнашно. Така беше активиран интереса към древното римско селище Никополис ад Иструм, което пази останки от древна синагога /III век/ и доказва наличието на евреи по тези земи, много преди славяните и българите. По тази причина и наличието на изображения на Менора /еврейски седем-свещник/ сред мозайките на новооткритата за посещения пловдивска базилика дава грамаден потенциал за израелския туристически интерес.

Българската държава все още не е успяла да привлече по-елитарно ориентирани изraelски пътешественици, които всеки туроператор би определил като „преследвачи на митове“. Умението да се продават митове е добре известно на традиционно туристически държави като Турция, Гърция, Кипър и др.. Феноменалното решение на кипърски туроператор да обяви залива, където според легендата е излязла Афродита за място на височайшата благословия полагаща се за всеки сключен брак, докарва такъв човекопоток и оборот на местния бизнес, че днес всеки среднестатистически кипърец е готов да се обиди, ако проявите съмнение във въпросната благословия. Израелците са най-многобройната група, възползвала се и от този специфичен брачен туризъм поради факта, че в Израел все още не се допускат граждански бракове. А и кой може по-добре от израелците да продава тези митове. От там нататък, огромното количество бутилки вино продадени на туристи от манастира в Кана Галилейска /където Христос превърнал водата във вино/ е само една подробност от скучната иначе туристическа статистика.

Митологизирането обаче на отделни страници от българската история, редом със свързаните с тях артефакти е по - трудно, доколкото всички събития от които досега са се интересували в България са всъщност доста скорошни – от миналия век. Посочените книги – романът „Спасеният език“ на Елиас Канети и „Чудните съвети“ на равина Елиезер Папо са добре познати в Израел, но не са достатъчно устойчив линк. Кипърския, гръцки или турски туристически модел, би могъл да бъде приложен ако има достатъчно съвременни литературни и филмови произведения, които да засягат факти от българската история. Много малко се артикулира и спасяването на българските евреи по време на Втората световна война. В Израел, за разлика от доста други държави България и българите са на почит.

Бестселъри от типа на „Шифърът на Леонардо“, които използват принципа на Александър Дюма че „историята е само пирон, на който да закачиш разказвания сюжет“. Романът, докарал главоболие на католически и православни свещеници от прекомерните въпроси на не един турист всъщност доведе до грамадни тълпи туристи в Рим, Ватикана и Лондон, защото семпло разказаната история беше подсилена с криминален сюжет, достатъчна доза, че да накара всеки турист с книга и записки под мишница да се чувства на място като истински изследовател. За това и някои предприемчиви общини по света са оценили по достойнство възможността да предоставят възможност за снимки на световно известна филмова продукция. Снимките на „Страстите Христови“ на Мел Гибсън в Матера направиха града Европейска столица на културата. На същия интерес се радваха градове в Германия, Полша и Чехия след появата на култовия филм „Списъкът на Шиндлер“

В заключение, този подход отнесен за израелския туристически поток към България може да има огромен ефект, ако се направи адекватен, високобюджетен филм посветен на най-ярката страница от българо-еврейката история, а именно – спасяването на българските евреи. Ролята на Цар Борис III е недостатъчно известна, не се изучавана в израелските училища и е позната предимно от родовата памет на израелците с български произход. Освен това е атрактивна в най-натуралния си вид и няма необходимост да бъде щедро опакована в митове. Тя обаче ще отвори техния интерес, а и на останалите към нови и достъпни исторически обекти – Двореца „Врана“, „Царска Бистрица“, както и към възстановяваната в момента видинска синагога, също и към паметни плочи на спасението в София, Пловдив, Варна и Бургас и единственият в света мемориал „Стената на българските праведници“

„В другите продуктови сегменти – културен туризъм, спа, балнео и уелнес почивки (най-общо здравен туризъм), еко, селски и голф туризъм, потенциалните и реалните туристи

определят България като по-малко конкурентоспособна. Това се дължи на факта, че въпреки усилията в тази посока, страната все още не е ясно разпознаваема като дестинация, предлагаща тези видове туризъм.“

От този цитат на НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЯ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ, 2014-2030 Г.- АКТУАЛИЗИРАНА ВЕРСИЯ 2017 Г. ни става ясно за мястото и отношението на българската държава към културния туризъм.

Заклучение

Необходимо е да се работи в посока за популяризиране на българските културно-исторически обекти, за подобряване на довеждащата и информационна инфраструктура. Необходими са и законодателни промени, една от тях може да бъде задължаването на бенефициентите на държавните програми за филмово изкуство при заснемането на своите продукции да включват и кадри на българската природа, културно-исторически паметници или архитектура.

За да бъде решена задачата за развитието на културно-историческия туризъм на първо място е необходимо да стане ясно, че тя не може да реши самостоятелно, нито от бизнеса, нито от държавата. Може да бъде решена, само с общите усилия на държавата, бизнеса, НПО сектора и дори с помощта на отделните граждани. Тази задача може да се реши само с общи усилия и е време всички да го разберем.

Можем да кажем, че на българският туристически пазар се предлагат много малко културно-исторически туристически продукти. На практика ние продаваме предимно места за нощувка и храна, докато съседите ни, и европейските страни продават история и легенди !

А както изяснихме по горе, ние разполагаме с достатъчно и от двете !

Интернет ресурси:

Портал за туризъм на Министерство на туризма на република България

<https://bulgariatravel.org/bg/%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B5-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC/%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC/>

<https://thexperts.bg/article/zabraveni-li-sa-kulturno-istoricheskite-obekti-v-blgariya> Силвия Авдала
14.09.2013 г. в-к 24 Часа <https://www.24chasa.bg/Article/2298165>

Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в република България, 2014-2030 г.
https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf

Използвана литература на български език :

Мариана Праматарова (2015г.). Трансформации и модерности, ИК „Нова цивилизация“, София, стр. 14

HOW CAN UNIVERSITIES PREPARE SUCCESSFUL TEACHERS IN ECONOMICS FOR THE FUTURE BULGARIAN SCHOOLS

Boryana Dimitrova⁴⁷

Abstract

This paper aims to outline the needs of the Bulgarian schools of well-qualified teachers in economics, able to successfully teach in the future digitalized era, cope with the stress of constant change and innovation, and produce sustainable results. It is focused on proposing effective ways for universities to prepare such teachers and on recommending ways to generate additional revenue for them.

Keywords: human capital, teachers, public goods, education, economic development

JEL Codes: A21, A22, A29, H40, I25, J24

1. Introduction

Scientists observe reality, form hypotheses, prove and disprove them, form theories. They search for mathematical descriptions – models, functions, of real processes and phenomena; they find the key factors, which allow in a pragmatic way to have the results of the functions changed to the desired range. Scientists search for problems, attempt to assess them, and suggest solutions by voicing their findings, hoping that their propositions will be tested in reality. And if the opportunity is given, they assess the results and propose corrections and so on to have a better future, hopefully for all of us.

It starts with observations and questioning.

What are some of Bulgaria's problems today? Low GDP per capita - \$24 579,2 in 2019 (The World Bank) and low level of functional knowledge in students – No. 50 in PISA 2018 ranking (Factmaps).

Is there a country, which has been able to raise the GDP through the change in its educational system? Yes, Singapore has managed to do that better than any other country. GDP per capita in 2020 is \$59 797,8 in 2019 (The World Bank) and in PISA 2018 ranking they are No. 2, but as a whole country, they are No. 1 (Factmaps).

What were the secrets to Singapore's advancement according to Lee Sing Kong, Director of the National Institute of Singapore?

First, they acknowledged the human capital as the Country's main resource and adopted the policy of counting on every student as a future quality working, productive member of the society.

Second, based on scientific research, they completely changed their educational system (in several stages (Kaur, 2014)) with the main emphasis on a specific, new way for teaching math and sciences. This new for their system pedagogical approach was based on the discoveries of some of the world's greatest scientists, namely:

- Jerome Bruner – linking the concrete, pictorial and abstract presentations leads to educational results;
- Richard Skemp – progressive explanation of the material is required for correct assimilation of the material;
- Lev Vygotsky – collaboration instead of isolation, discussions, disputes, proving of one's position are effective ways of learning in a group environment;

⁴⁷ South-West University "Neofit Rilski", Blagoevgrad, Bulgaria

- Zoltán Dienes – good education requires not just listening to teachers narrations but solving engaging and varying in slow progression tasks so that the students explore more;
- Jean Piaget – effective education is one, which is allowing the students to construct their knowledge through the game.

Third, Singapore's Ministry of Education, schools, teachers, and Institutions, preparing teachers came to a common vision for the future – with the student in the center. They work together and develop teachers with proper knowledge, skills, and values in order to realize their professional role in a relevant way.

Forth, the basic principles for students' preparation in school for the constantly changing-too-fast world and knowledge are:

- Students need to learn to read with comprehension, write and do the math properly;
- Students need to learn to discuss with scientific-knowledge-arguments;
- Students need to learn to self-steer their educational process;
- Students need to learn to successfully cope with new knowledge by themselves;
- Students need to develop strong roots - basic values like teamwork and contribution to society and address the changes bravely because there are too much volatility, uncertainty, and ambiguity in the world and it is not getting more orderly.

So, the next question is: "Is there a way to implement this know-how and best practices in Bulgarian schools and namely to provide these instruments to Economics teachers, who are being prepared at the Economics faculties and other departments in Bulgarian universities?" Yes, there is. But first, one needs to establish the current level of quality of work of teachers in the system (which could be done through the eyes of their previous pupils), before one proposes any changes. Ergo, one needs to conduct a survey.

2. Material and Methods

2.1. Sample

The sample consisted of 70 respondents, who are first-year students at South-West University and study Microeconomics and Fundamentals of Market Economy. The sample encompasses 47 females and 23 males, who have completed their secondary education in Bulgaria. 44 of them have previously studied Economics at high school. A random sampling method was used to select the subjects for the present study. An online survey method was adopted for the collection of data, namely Google forms. The survey was conducted in the autumn of 2021.

2.2. Objectives of the study

- To study how the students perceive the quality of their previous Economics teachers' work.
- To study the difference in perception with the control group being the students, who didn't study Economics before. They were asked to assess the quality of work of their teachers in profiling subjects.
- To identify elements in teachers' work needing improvement.

2.3. Hypothesis of the study

- H1: The Perceived Quality of Teachers' Work is moderate.

- H2: The Perceived Quality of Teachers' Work is higher for the Economics teachers than the others.

2.4. Research tools used in the study

Perceived Quality of Teachers' Work Scale

The PQTW Scale was developed by the author. It is a 5-point Likert scale and contains 25 items. This Scale allows the student to assess one's previous teachers and their teaching process. The items were formulated per the best elements of Singaporean teachers' work and some issues, related to sustainability in the profession, the COVID-19 health crisis and effects on education, and some normative requirements in the Bulgarian educational system. Each item has five options; these options were scored from zero to four. The numbers attached to the 25 responses are added up and the total score is the score on the PQTW Scale.

Scores range from 0 to 100.

- A score below 40 is considered Insufficient (2).
- A score between 40 and 49 is considered Low (3).
- A score between 50 and 69 is considered Moderate (4).
- A score between 70 and 89 is considered High (5).
- A score between 90 and 100 is considered Very High (6).

Scale Administration: the PQTW Scale was administered through an online survey using Google forms. The completion of the questionnaire provided the information with privacy.

2.5. Statistical techniques in analyzing the data

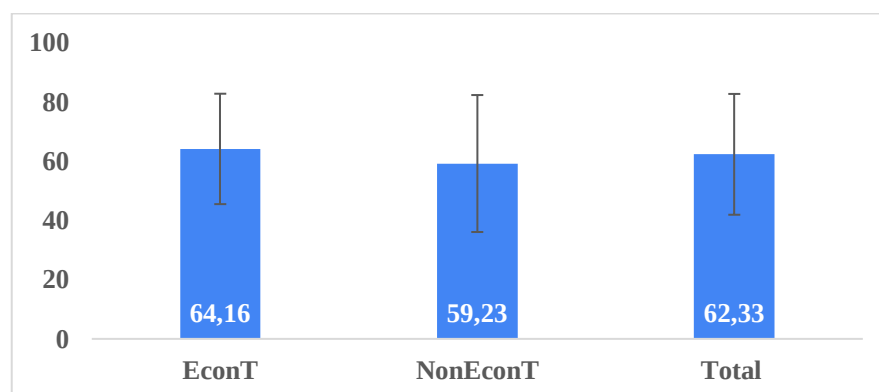
Based on the objectives and hypothesis of the study, Mean, Standard Deviation, F-test, t-test were used to analyze the raw data, which was collected through an online survey method.

3. Results and Discussion

The obtained data was analyzed as below.

3.1. Mean and Standard Deviation

Figure no. 1 Perceived Quality of Teachers' Work



Source: own study

Table no. 1 – Mean and Standard Deviation

Indicators	EconT	NonEconT	Total
Mean	64,16	59,23	62,33
StDev	18,65	23,13	20,40
N	44	26	70

Source: own study

The numbers indicate that the Perceived Quality of Teachers' Work is *Moderate (4)* with a slightly higher mean for the Economics teachers than the rest. This is a confirmation of the two hypotheses set at the beginning of the study. One possible explanation for this difference is that the students, who didn't study Economics before, might have not liked the previous educational process as much and that has led them to change the field they study at university. Since PQTW is only Moderate, the desired vector of change could be set to *raise*.

3.2. F-test and t-test

- *F* is 1,538352 and is smaller than *F Critical one-tail*, which is 1,763825. This means that the Null Hypothesis (the variances of the 2 groups are equal) cannot be rejected.
- *t Stat* is 0,976126; *t Critical one-tail* is 1,667572; *P(T<=t) two-tail* is 0,332462. In other words, *t* is between *minus t Critical one-tail* and *plus t Critical one-tail* and **P-value** is above 0,05. This means that the Null Hypothesis (the means of the 2 groups are equal) cannot be rejected.

In conclusion: the observed difference between the samples is not convincing enough to say that the difference between the assessment of Economics teachers and the other teachers is significant.

3.3. Results by items in the scale

The next numbers represent the assessment of Economics teachers only (N=44).

Table no. 2 – PQTW for Economics teachers by items

Items	Always	Most times	Sometimes	Rarely	Never	Assessment by the item
The teachers used concrete real-life examples that I understood	20%	32%	41%	7%	0%	Moderate (4)
The teachers used pictorials in their teaching	7%	20%	48%	18%	7%	Moderate (4)
The teachers explained the material step by step slowly enough so that I understood it	25%	23%	27%	18%	7%	Moderate (4)
The teachers created educational situations in which we had to work in a team	7%	41%	23%	20%	9%	Moderate (4)
The tasks were interesting and I was engaged	20%	25%	25%	20%	9%	Moderate (4)
There was no hurry in solving the different tasks and I could connect the ideas and solve them correctly	23%	32%	30%	9%	7%	Moderate (4)

We had enough time to research (when solving problems, group projects, etc.) and the teacher did not have to narrate constantly	14%	30%	32%	20%	5%	Moderate (4)
The teachers used other more interesting methods, not mainly storytelling as a way to convey the new material	16%	34%	30%	11%	9%	Moderate (4)
There were enough gaming situations in the learning process	9%	20%	48%	18%	7%	Low (3)
The teachers were successful in using computer technology	18%	43%	27%	9%	2%	Moderate (4)
The teachers taught in literary language	55%	20%	23%	0%	2%	High (5)
The teachers used case studies to address moral issues related to life and/or profession	23%	43%	23%	7%	5%	Moderate (4)
The teachers created a calm educational environment	39%	32%	20%	9%	0%	High (5)
The teachers encouraged competition between us-students	11%	23%	32%	20%	14%	Moderate (4)
The teachers encouraged cooperation between us-students	30%	36%	20%	14%	0%	High (5)
The teachers successfully dealt with fatigue and stress	18%	39%	27%	7%	9%	Moderate (4)
The teachers had a good command of their breathing and voice	34%	36%	16%	11%	2%	High (5)
The teachers cared for me	27%	34%	20%	16%	2%	Moderate (4)
The teachers helped to solve health issues in class and during field trips	30%	32%	23%	11%	5%	Moderate (4)
The teachers encouraged me to cope with difficult tasks	30%	25%	32%	11%	2%	Moderate (4)
The teachers taught me to be aware of my thinking and to study further on my own	25%	30%	36%	7%	2%	Moderate (4)
Teachers helped me become confident that with perseverance and endurance I will successfully deal with future situations	27%	34%	23%	14%	2%	Moderate (4)
The teachers helped me to develop a desire to contribute to the well-being of society	27%	27%	36%	5%	5%	Moderate (4)
The teachers instilled in me a desire to stay and realize myself in my home country	32%	23%	32%	14%	0%	Moderate (4)
The teachers gave me the feeling that I could learn the material	39%	25%	23%	9%	5%	High (5)

Source: own study

Numbers show a picture not pleasant. Although there isn't an item scored as Insufficient, there also isn't one scored as Very High and the prevailing number of items (19) is scored as Moderate and not High. The lowest score is related to the gaming situations which in the future could be addressed with participation in projects such as InnoSchool. The presence of numbers different than 0% in the columns "Never" and "Rarely" is disturbing for each of these items and needs to be addressed with proper qualification of future teachers and corrective further qualifications of the current teachers.

With most items, a raise to level High could be a realistic goal for starters, but with some, it is imperative to aim straightaway for the Very High level. Namely, the use of literary language as per legal requirements for Bulgarian schools and the control over one's voice and breathing as the voice is a key instrument in teachers' work and there cannot be a real quality of one's work without proper use of instruments.

So how universities can help prepare better teachers in Economics?

First of all, they should implement to a higher degree the main concepts of the Singaporean math model in preparation for future economists and qualified teachers in Economics – especially in subjects that are related to problem-solving such as Maths, Statistics, Econometrics. The problem-solving subjects should be distributed through academic years following the logical sequence of the material; the educators should work in a team, providing proper exiting level after their course in accordance to the entry knowledge-and-skill-needs of the next subject.

Second of all, universities can offer for-pay-courses with credits to assist current teachers in their ongoing learning process. This could also support financially the universities, that will offer such educational goods. The Bulgarian government has provided the educational system with financial resources, specifically orientated toward life-long learning and further qualifications of teachers - government goal-funding through the school budgets and special programs and also through salary raise and special salary supplements for higher qualification (Dimitrova, 2020). Teachers are also motivated to invest their own money as there is a government requirement of a minimum set number of hours yearly, devoted to further qualification (Dimitrova, Kicheva, Sharenska, 2018).

Some topics for such courses are as follows:

- Digital Competencies for teachers' work;
- New digital educational tools for teachers;
- Psychology for teachers;
- Safe classroom, emotional support, and positive education;
- Facilitator's and moderator's role in teachers' work;
- Business ethics, cooperation, and competition in teachers' work;
- Voice techniques for teachers;
- Burnout prevention for teachers;
- Health habits for a sustainable teaching career;
- Sustainable motivation for teachers;
- Motivation for life-long learning;
- Effective and fast learning techniques;
- Teaching special needs students;
- Mathematics, problem-solving and game theory for teachers in Economics;
- Literary language for teachers in Economics;
- English for teachers in Economics;
- and others.

Currently, because of Covid-19 related stresses, teachers are overworked and this places the need for the courses to be held in the workshop format – teaching by showing, learning by engaging and practicing, rather than in the form of lectures and extensive presentations and paper materials. The lecturers themselves need to apply the main concepts of the Singaporean math model in the process of conducting the courses. The new extensive experience of using digital learning platforms will facilitate the provision of these educational goods.

As Kirova, Zareva and Matev (2012) emphasize “The quality and effective use of human capital in education and science reflects directly and indirectly on the construction and functioning of the three main pillars of human society - a sustainable and viable economy, social equality, and a healthy ecosystem...” (p. 46); “education and science...their activity has a clearly defined investment character...” (p. 52). This is why the problem of qualifying better teachers for the future Bulgarian schools is of great importance both for Bulgaria and the world, as many Bulgarians find their professional realization in other countries. And one of the main elements in this qualification is to provide teachers with real, effective motivation and inspiration to do their work to the best of their abilities and to develop themselves even further.

The COVID-19 crisis has led to dramatic changes in the normal educational process in secondary schools and other educational institutions too, both in Bulgaria and other countries. It has been extremely taxing on teachers. It has demanded of them to adapt fast, work under huge pressure, digitalize and try to provide a sustainable quality of their work, even in days, if not months, with compromised health. The rapid changes, heavy workload, and other factors have brought teachers on the brink of burnout and over it. Pressley (2021) identifies factors contributing to teacher burnout due to COVID-19 such as different anxiety issues and administrative support. Sokal, L., Trudel, L.E., Babb (2020) found that teacher resilience and burnout, and teacher efficacy was correlated. Student motivation (Shen et al., 2015) and student academic success (Sutcher et al., 2019) are affected by teacher burnout and shortages. So it is of real importance that teachers receive support with proper knowledge about improving their physical and mental health, their work productivity, their happiness levels, their work-life balance. That will help them stay in the system and not give up and change careers.

These are some of the reasons to suggest the aforementioned courses in motivation and on health topics.

Additionally, Bulgarian universities could and should conduct fundamental studies about the effects of COVID-19 and related isolation and digital learning both on students and teachers like the study of Lizana and Vega-Fernandez (2021) and suggest measures to lessen the undesired effects, both in health status and acquired knowledge and skills.

4. Conclusion

Teachers are essential factors for the proper development of today's and future knowledge-based economy. The quality of teachers' work and the right motivation of teachers predetermine GDP, the quality of life, and the general development of human society. Bulgarian universities should conduct research, find problems, suggest solutions and implement the best world teaching practices, proven through the years, in preparation of the teachers of the future Bulgarian schools, including those in Economics.

REFERENCES

- Dimitrova, B. (2020). Development of human capital in Bulgarian schools - a condition for an innovative socio-cultural educational environment. *Knowledge –International Journal*, 43(1), 51-57. Retrieved October 2, 2021, from <http://www.ikm.mk/ojs/index.php/KIJ/article/view/4684/4468>
- Dimitrova, B., Kicheva, M., Sharenska, E. (2018). Development of teacher's potential for an innovative activity in the system of vocational high schools. *Human potential development for an innovative socio-cultural sphere*, 80-93. Retrieved October 2, 2021, from <http://cuadernosdesofia.com/gallery/OFICIAL%20LIBRO%20BULGARIA.pdf>
- Factmaps. (2021, October 2). PISA 2018 Worldwide Ranking – average score of mathematics, science and reading. <https://factmaps.com/pisa-2018-worldwide-ranking-average-score-of-mathematics-science-reading/>
- Innoschool. <https://game.innoschool-learningssystem.eu/>
- Kaur, B. (2014). Mathematics education in Singapore - an insider's perspective. *IndoMS-JME*, 5(1), 1-16. Retrieved October 2, 2021, from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1079596.pdf>
- Kirova, A., Zareva, I., Matev, M. (2012). *Preservation and development of human capital in education and science in Bulgaria*. Sofia: Prof. Marin Drinov Academic Publishing House.
- Lizana, P. A., & Vega-Fernandez, G. (2021). Teacher Teleworking during the COVID-19 Pandemic: Association between Work Hours, Work–Family Balance and Quality of Life. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(14), 7566. doi:10.3390/ijerph18147566
- Mason, B. (2014, May 21). Singapore expert on teacher education speaks to Delawareans. <https://rodelde.org/singapore-expert-on-teacher-education-speaks-to-delawareans/>
- Pressley, T. (2021). Factors contributing to teacher burnout during COVID-19. *Educational Researcher*, 50(5), 325–327. <https://doi.org/10.3102/0013189X211004138>
- Shen, B., McCaughtry, N., Martin, J., Garn, A., Kulik, N., Fahlman, M. (2015). The relationship between teacher burnout and student motivation. *British Journal of Educational Psychology*, 85(4), 519–532. <https://doi.org/10.1111/bjep.12089>
- Sokal, L., Trudel, L.E., Babb, J. (2020). Canadian teachers' attitudes toward change, efficacy, and burnout during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Educational Research Open*, 1, 100016. <https://doi.org/10.1016/j.ijedro.2020.100016>.
- Sutcher, L., Darling-Hammond, L., Carver-Thomas, D. (2019). Understanding teacher shortages: An analysis of teacher supply and demand in the United States. *Education Policy Analysis Archives*, 27(35), 1–40. <https://doi.org/10.14507/epaa.27.3696>
- The World Bank. (2021, October 2). GDP (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>

ЗАЕТОСТ И ОЦЕНКА НА ОБУЧЕНИЕТО НА СПЕЦИАЛИСТИТЕ ПО ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

Тереза Стефанова⁴⁸

Резюме

Целта на статията е да се проучи дялът на специалистите по информационни и комуникационни технологии (ИКТ) в общата заетост на ЕС, нивото на образование на тези специалисти, а също да се сравнят постиженията на някои български висши училища, обучаващи студенти в професионални направления, свързани с ИКТ.

В статията са представени данни за заетостта на специалистите от сферата на ИКТ - относителния дял на тези специалистите в общата работна сила в ЕС и в България, и тяхната квалификация.

Показани са оценките, дадени за удовлетвореност от учебния процес, престиж сред студентите и работодателите, и приложение на придобитото висше образование и реализация по призвание на висши училища от професионално направление Комуникационна и компютърна техника.

Keywords: заетост на ИКТ специалистите; ИКТ специалисти по ниво на образование; оценка на обучението по ИКТ

JEL Codes: (Times New Roman, 10 pts., italic, 1.0 cm indent)

1. Увод

Специалистите в сферата на информационните и комуникационни технологии (ИКТ) са движеща сила за цифровите иновации, те са решаващ фактор за развитието на сектора и за конкурентоспособността на съвременните икономики.

В статията са посочени дялът на ИКТ специалистите в общата заетост за 2020 г. и техният брой в България и в ЕС. В статията са показани и статистически данни за специалистите в областта на ИКТ по ниво на образование. За направеното проучване са използвани статистически данни на Евростат.

Информационните и комуникационни технологии предлагат най-големи възможности за работа и едни от най-добрите перспективи за реализация. Водещите професионални направления, в които се обучават студенти за сектора на ИКТ са Комуникационна и компютърна техника и Информатика и компютърни науки. В статията са представени данни за тези професионални направления - висшите училища обучаващи студенти в тях, общият брой студенти за периода 2013 – 2020 г. и др. Сравнени са постиженията на пет висши училища от професионални направления ККТ, като са използвани данни от "Рейтингова система на висшите училища в България". Показани са оценките, дадени за удовлетвореност от учебния процес, престиж сред студентите и работодателите, и приложение на придобитото висше образование и реализация по призвание.

2. Относителен дял на специалистите по ИКТ в общата работна сила на ЕС

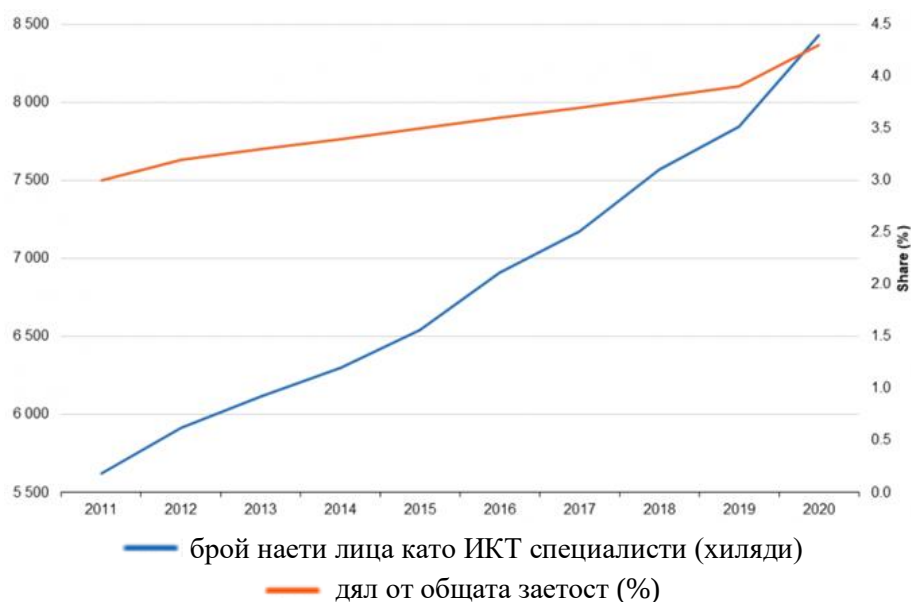
През 2020 г. в ЕС като специалисти по ИКТ са работили около 8.4 милиона души, които представляват 4.3 % от общата работна сила. На фиг. 1 е показан броят на лицата наети като ИКТ специалисти и техният дял като част от общата заетост на ЕС (ICT specialists in employment,

⁴⁸ Нов български университет, София 1618, бул. Монтевидео 21, корпус II, офис 609

Eurostat, 2021). За периода 2011 – 2020 г. делът на специалистите в областта на ИКТ в общата заетост се е увеличил с 1.3 % - от 3.0 % през 2011 г. до 4.3 % през 2020 г.

На фиг. 2 е показан делът на ИКТ специалистите в общата заетост за 2020 г., за отделните държави в ЕС (ICT specialists in employment, Eurostat, 2021). Страната, която осигурява най-голям дял от работната сила на ЕС в областта на ИКТ е Германия. Там работят най-голям брой ИКТ специалисти (1.9 милиона), което е повече от една пета (23.1 %) от всички в ЕС. Втората по големина работна сила в областта на ИКТ е Франция, където работят 1.2 милиона, които представляват 14.5 % от общия брой в ЕС. На трето място е Италия, която осигурява 9.8 % от ИКТ специалистите в ЕС (0.8 милиона).

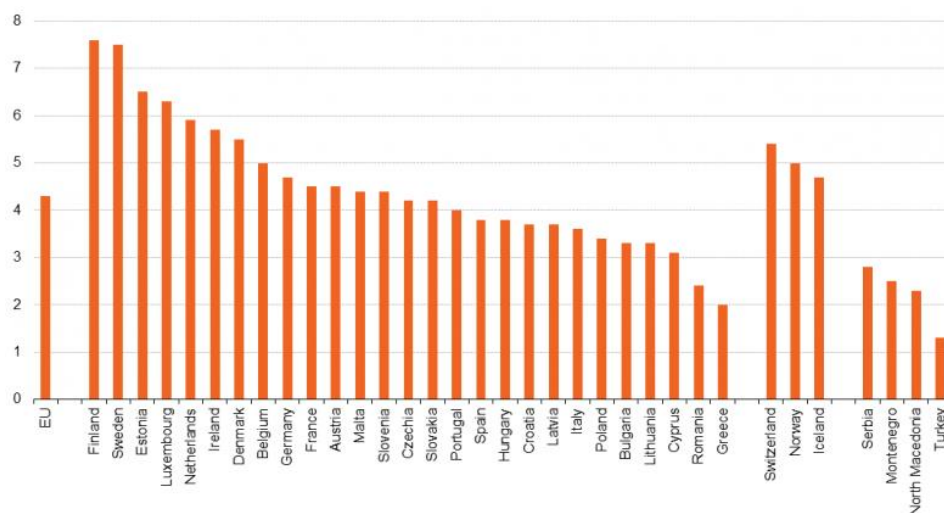
Сред страните-членки на ЕС, Финландия и Швеция имат най-висок относителен дял от общата си работна сила, заета като специалисти по ИКТ – съответно 7.6 % и 7.5%. След тях се нареждат Естония, Люксембург, Нидерландия, Ирландия, Дания и Белгия, където ИКТ специалистите представляват над 5 % от общата заетост. Най-ниският дял на ИКТ специалисти са регистрирани в Гърция (2%) и Румъния (2.4%).



Фигура 1. ИКТ специалисти в ЕС, 2011-2020 г.

Източник: Евростат, 6 юли 2021 г.

В България лицата заети като специалисти по ИКТ представляват 3.3% от общата работна сила. Броят на тези специалисти през 2020 г. отбелязва ръст от 2.1 хиляди и така работещите като специалисти по ИКТ в страната достига до 103.3 хиляди.



Фигура 2. Дял на специалистите по ИКТ в общата заетост за 2020 г., (%)

Източник: Евростат, 6 юли 2021 г.

3. ИКТ специалистите в ЕС и в България по ниво на образование

В Таблица 1 са показани данни за разпределението на лицата зети като ИКТ специалисти по ниво на образование за периода 2011 – 2020 г., в някои страни от ЕС (ICT specialists by level of education, Eurostat, 2021). През 2020 г. около 64 % от специалистите по ИКТ в ЕС са завършили висше образование, а около 34% са със средно.

Таблица 1 – ИКТ специалистите в ЕС и в България по ниво на образование

	С висше образование, %			Без висше образование, %		
	2011	2020	2011 2020	2011	2020	2011 2020
ЕС	54.9	63.9	9	45.1	36	- 9.1
България	58.4	74.2	15.8	41.6	25.8	- 15.8
Литва	74	85.1	11.1	26	14.9	- 11.1
Испания	78	82.9	4.9	22	17.1	- 4.9
Кипър	77.8	82	4.2	22.2	18	-4.2
Франция	71.4	80.7	9.3	28.6	19.1	- 9.5
Ирландия	77	81.6	4.6	21.4	16.5	- 4.9
Италия	28	39.6	11.6	72	60.4	- 11.6

Източник: Евростат, 7 юли 2021 г.

Сред държавите-членки на ЕС най-високият дял на специалисти в областта на ИКТ с висше образование е постигнат в Литва, Испания, Кипър, Франция и Ирландия. В посочените в Таблица 1 държави, ИКТ специалистите с висше образование през 2020 г. са повече от 80%. В повечето държави-членки на ЕС специалистите в областта на ИКТ са завършили висше образование. Изключение е Италия, където през последните няколко години преобладават ИКТ специалисти без висше образование, а през 2020 г. те са 60.4%.

През последното десетилетие завършилите висше образование ИКТ специалисти в ЕС са се увеличили с около 9 % – от 54.9 % през 2011 г. до 63.9 % през 2020 г. Най-голям ръст се наблюдава в Австрия, където през периода 2011 г. – 2020 г. ИКТ специалистите с висше образование са се увеличили с 30%.

Други държави, в които също има висок процент на нарасване са Португалия, България и Словения, където увеличението е с около 16%. (ICT specialists by level of education, Eurostat, 2021).

В България през 2020 г. ИКТ специалистите с висше образование са с около 10% повече от средният процент за ЕС. В нашата страна се наблюдава постоянно повишаване на нивото на образование сред тези специалисти. За сравнение с по-рано проучвани периоди, ИКТ специалистите с висше образование в България от 2005 до 2014 г. са се увеличили с 9% (Стефанова&Петров, 2016, стр. 192), а за периода от 2008 г. до 2018 г. техният брой се е увеличил с 4.5% (Stefanova, 2019, p. 62).

4. Студенти в професионални направления Комуникационна и компютърна техника и Информационни и компютърни науки

В България е създадена Рейтингова система на висшите училища, която цели да подпомогне кандидат-студентите при избор на специалност и висше училище. На уебстраницата на Рейтингова система има разнообразна информация за възможностите за обучение, които предлагат българските висши училища. Рейтингова система предоставя сравнителна информация за професионалните направления в българските висши училища по избрани индикатори. Данните са обобщени на ниво конкретно професионално направление в конкретно висше училище.

4.1. Общ брой студенти в професионално направление Комуникационна и компютърна техника

Общият брой студенти в професионално направление Комуникационна и компютърна техника в България за периода 2013 – 2020 г. е показан на фиг. 3 (Рейтингова система на висшите училища в България, 2021).



Фигура 3. Брой студенти в професионално направление Комуникационна и компютърна техника за периода 2013 г. – 2020 г.

Източник: Рейтингова система на висшите училища в България

От графиката на фиг. 3 се вижда, че от 2014 г. до 2018 г. броят на студентите, обучаващи се в професионалното направление намалява. През 2013 г. студентите са били 9115, достигат до максималният си брой през 2014 г. – 9125, а най-малък е през 2018 г. – 8289, т.е. през този период се наблюдава намаление от 9.16%. През 2020 г. студентите вече са 8932. Разликата между началото и края на разглеждания период (2013 г. – 2020 г.) показва спад само с 2%.

4.2. Общ брой студенти в професионално направление Информационни и компютърни науки

Общият брой студенти в професионално направление Информационни и компютърни науки в България за периода 2013 – 2020 г. е показан на фиг. 4 (Рейтингова система на висшите училища в България, 2021).

От графиката на фиг. 4 се вижда, че от 2013 г. насам броят на студентите, обучаващи се в професионалното направление постоянно нараства. Най-малък е бил броят на студентите през 2013 г. – 7317, а най-висок е през 2020 г. – 8659. Така за разглеждания период се отбелязва значително нарастване от 18.34% на студентите в това направление.



Фигура 4. Брой студенти в професионално направление Информационни и компютърни науки за периода 2013 г. – 2020 г.

Източник: Рейтингова система на висшите училища в България

4.3. Висши училища в България, обучаващи студенти в професионални направления Комуникационна и компютърна техника и Информационни и компютърни науки

В Таблицы 2 и 3 са представени висшите училища в България, обучаващи студенти в професионални направления Комуникационна и компютърна техника и Информационни и компютърни науки за 2020 г. (Рейтингова система на висшите училища в България, 2021).

В таблиците са посочени висшите училища, градовете, в които се намират и образователните степени, по които всяко от тях предоставя възможност за обучение. Висшите училища в таблицата са подредени по общия резултат, получен от класацията за 2020 г.

В нашата страна има общо 16 висши училища предоставящи обучение в професионално направление Комуникационна и компютърна техника, но едно от тях не участва в класацията, поради липса на достатъчно данни, които да позволят неговото класиране.

*Таблица 2 – Висши училища, обучаващи студенти в професионално направление
Комуникационна и компютърна техника за 2020 г.*

Висше училище	Общ резултат	Град	Образователна степен
Технически университет - София	73	София, Сливен, Казанлък, Пловдив	професионален бакалавър, бакалавър, магистър, доктор
Софийски университет "Св. Климент Охридски"	61	София	бакалавър, магистър
Технически университет - Варна	60	Варна, Добрич	бакалавър, магистър, доктор
Нов български университет - София	58	София	бакалавър, магистър, доктор
Висше транспортно училище "Тодор Каблешков" – София	55	София	бакалавър, магистър, доктор
Национален военен университет "Васил Левски" - Велико Търново	54	Велико Търново, Шумен	бакалавър, магистър, доктор
Русенски университет "Ангел Кънчев"	52	Русе, Разград, Видин, Силистра	бакалавър, магистър, доктор
Бургаски свободен университет	51	Бургас	бакалавър, магистър
Висше училище по телекомуникации и пощи	51	София	професионален бакалавър, магистър
Пловдивски университет "Паисий Хилендарски"	49	Пловдив, Смолян, Кърджали	професионален бакалавър, бакалавър, магистър, доктор
Технически университет - Габрово	49	Габрово	професионален бакалавър, бакалавър, магистър, доктор
Университет "Проф. д-р Асен Златаров" - Бургас	48	Бургас	професионален бакалавър, бакалавър, магистър, доктор
Университет по хранителни технологии – Пловдив	48	Пловдив	бакалавър, магистър, доктор
Шуменски университет "Епископ Константин Преславски"	47	Шумен, Варна, Добрич	бакалавър, магистър, доктор
Югозападен университет "Неофит Рилски" – Благоевград	45	Благоевград	бакалавър, магистър, доктор
Висши училища, които не са включени в класацията, поради липса на достатъчно данни, които да позволят тяхното класиране			
Висше военноморско училище "Никола Йонков Вапцаров" – Варна		Варна	бакалавър, магистър, доктор

Източник: Рейтингова система на висшите училища в България

Висшите училища, които предоставят обучение в професионално направление Информационни и компютърни науки в България са общо 15, като 3 от тях не са включени в класацията, поради липса на достатъчно данни, които да позволят тяхното класиране.

*Таблица 3 – Висши училища, обучаващи студенти в професионално направление
Информационни и компютърни науки за 2020 г.*

Висше училище	Общ резултат	Град	Образователна степен
Софийски университет "Св. Климент Охридски"	75	София	бакалавър, магистър, доктор
Американски университет в България – Благоевград	65	Благоевград, София	бакалавър
Нов български университет - София	61	София	бакалавър, магистър, доктор
Университет по библиотекознание и информационни технологии - София	61	София	бакалавър, магистър, доктор
Великотърновски университет "Св. св. Кирил и Методий"	55	Велико Търново, Враца	бакалавър, магистър, доктор
Пловдивски университет "Паисий Хилендарски"	55	Пловдив, Смолян, Кърджали	бакалавър, магистър, доктор
Бургаски свободен университет	52	Бургас	бакалавър, магистър, доктор
Варненски свободен университет "Черноризец Храбър"	51	Варна, Смолян	бакалавър, магистър, доктор
Икономически университет - Варна	51	Варна	бакалавър, магистър, доктор
Русенски университет "Ангел Кънчев"	49	Русе, Разград, Видин, Силистра	бакалавър, магистър, доктор
Югозападен университет "Неофит Рилски" – Благоевград	47	Благоевград	бакалавър, магистър, доктор
Шуменски университет "Епископ Константин Преславски"	45	Шумен	професионален бакалавър, бакалавър, магистър, доктор
Висши училища, които не са включени в класацията, поради липса на достатъчно данни, които да позволят тяхното класиране			
Висше училище по мениджмънт		Варна	професионален бакалавър
Европейски политехнически университет – Перник		Перник	бакалавър, магистър
Технически университет - София		София, Сливен, Казанлък, Пловдив	бакалавър, магистър, доктор

Източник: Рейтингова система на висшите училища в България

5. Сравнения на постиженията на избрани висши училища от професионално направление Комуникационна и компютърна техника

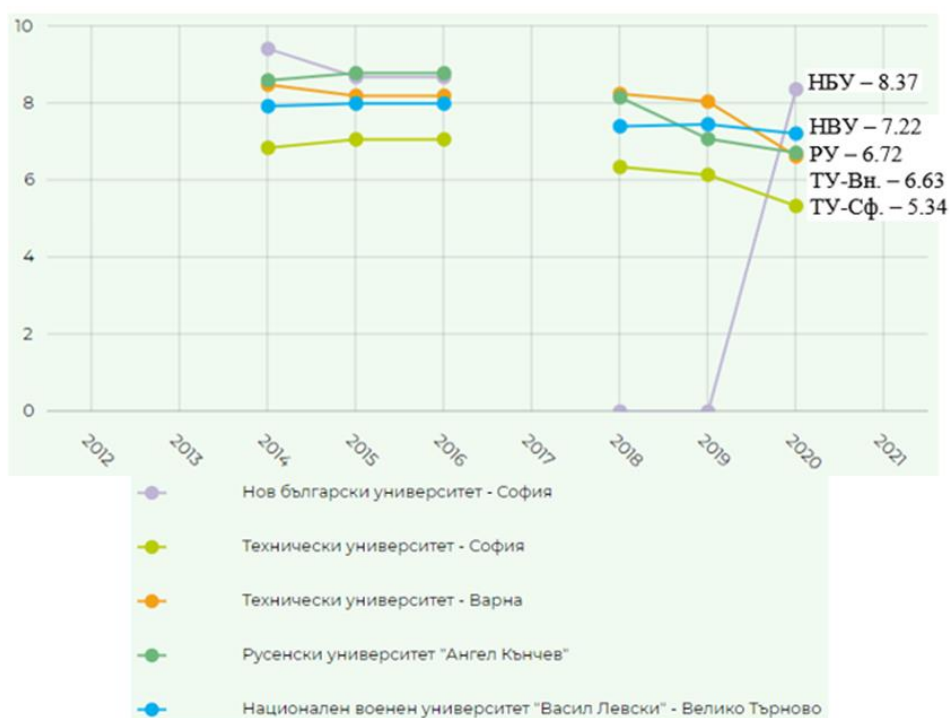
Оценката на обучението на студентите в областта на Комуникационна и компютърна техника е направена въз основа на данни, които се базират на информация публикувана в интернет базираната платформа „Рейтингова система на висшите училища в България“. Класацията представлява стандартизирана комплексна оценка на висшите училища по съответните професионални направления на базата на 48 индикатори. Според основните категории, по които се оценяват висшите училища, индикаторите са разделени в 6 групи. В статията са представени данни по три от групите индикатори - „Учебен процес“, „Престиж“ и „Реализация на пазара на труда и регионална значимост“.

Сравнени са постиженията на пет висши училища, чийто общ резултат получен от класацията за 2020 г. е със стойност над 50 (виж Табл. 2). От висшите училища, които

предоставят обучение в професионалното направление са сравнени оценките на следните: Технически университет – София; Технически университет – Варна; Нов български университет – София; Национален военен университет "Васил Левски" - Велико Търново и Русенски университет "Ангел Кънчев". Периодите, за които са направени сравненията са различни при отделните индикатори, но най-общо обхващат от 2012 г. до 2020 г., като в някои случаи липсват данни за 2017 г.

5.1. Сравнения по индикатор „Учебен процес“

От индикатора „Учебен процес“ са представени оценките за удовлетвореност от учебния процес за периода 2014 – 2020 г. Резултатите са показани по скала от 0 до 10 и са получени от социологическо проучване сред студенти от професионалното направление на съответното висше училище за удовлетвореността от теоретичната и практическата подготовка, и от начина на преподаване и оценяване. Резултатите са представени на фиг. 5 (Рейтингова система на висшите училища в България, 2021).



Фигура 5. Сравнение на промените в стойностите на индикатор „Удовлетвореност от учебния процес“ за професионално направление Комуникационна и компютърна техника за 5 висши училища

Източник: Рейтингова система на висшите училища в България

През разглеждания период оценките на избраните 5 висши училища за удовлетвореност от учебния процес са приблизително постоянни и близки. Прави впечатление голямото изменение в резултатите на Нов български университет – София. В началото на периода оценките на НБУ са най-високи, след това се понижават значително през 2018 г. и 2019 г., а после отново рязко нарастват. Така през 2020 г. по този индикатор НБУ е оценен най-високо, а при другите висши училища се наблюдава спад, като Технически университет - София е с най-ниска оценка.

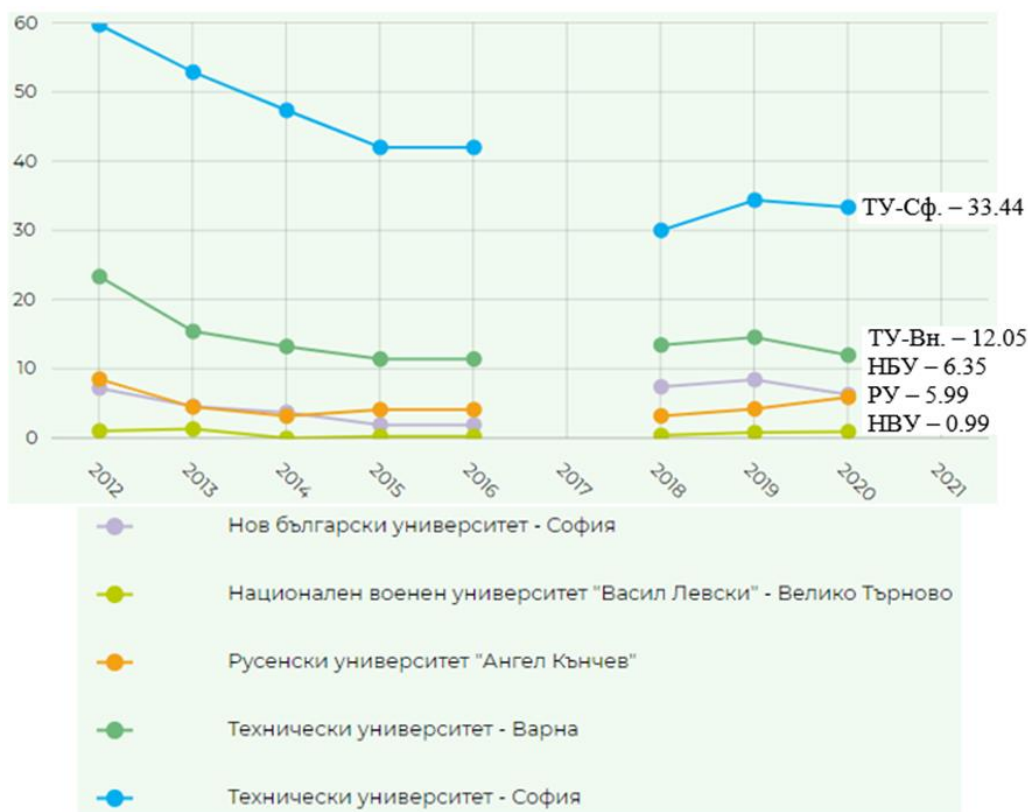
5.2. Сравнения по индикатор „Престиж“

От индикатор „Престиж“ са разгледани оценките същите висши училища за престиж сред студентите и работодателите.

5.2.1. Сравнения по индикатор „Престиж сред студентите“

Резултатите по този индикатор са показани на фиг. 6 и обхващат периода от 2012 г. до 2020 г. Данните са от социологическо проучване и показват процентът от студентите в професионалното направление посочили съответното висше училище сред трите предоставящи най-добро образование в това направление (Рейтингова система на висшите училища в България, 2021).

Оценките по този индикатор са относително постоянни с лек спад на стойностите от 2012 г. до 2015 г. Най-високи резултати за 2020 г. има Технически университет – София (33.44%), а най-ниски – Национален военен университет "Васил Левски" - Велико Търново (0.99%). Разликата в резултатите на двете висши училища е голяма – почти 34 пъти.



Фигура 6. Сравнение на промените в стойностите на индикатор „Престиж сред студентите“ за професионално направление Комуникационна и компютърна техника за 5 висши училища

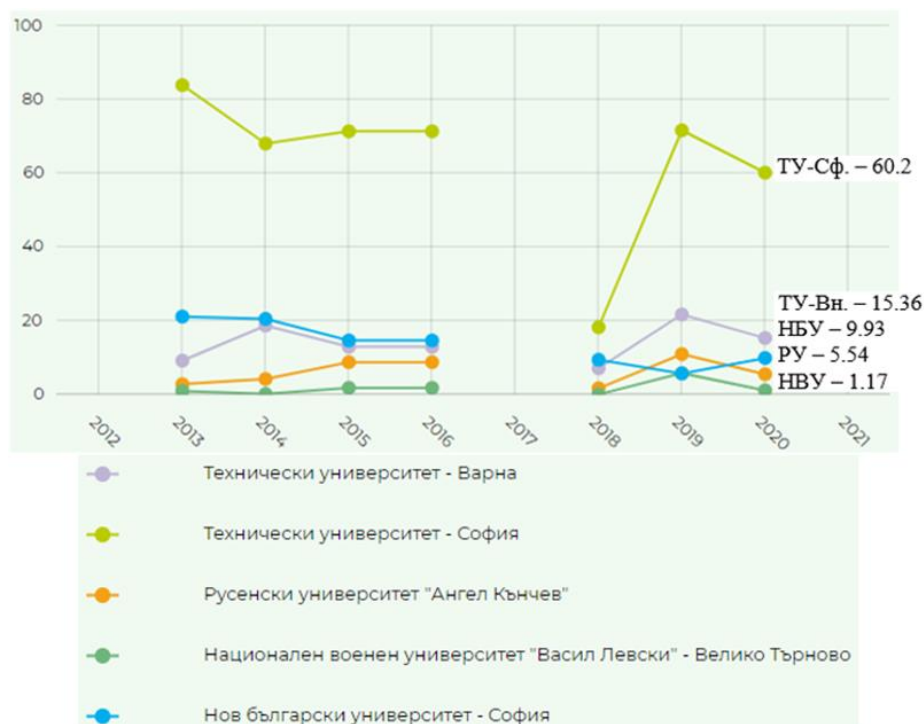
Източник: Рейтингова система на висшите училища в България

5.2.2. Сравнения по индикатор „Престиж сред работодателите“

На фиг. 7 е показано сравнение на стойностите по индикатор „Престиж сред работодателите“ за периода от 2013 г. до 2020 г. (Рейтингова система на висшите училища в България, 2021). Графиките отразяват процентът от работодателите, наемащи кадри с висше образование от професионалното направление. Данните са от социологическо проучване сред

работодатели посочили, че предпочитат да наемат студенти, които са завършили съответното висше училище.

Най-голям процент от работодателите наемат студенти, обучавали се в Технически университет – София (60.2%), а най-малък – студенти от Националния военен университет "Васил Левски" - Велико Търново (1.17%). И при този индикатор разликата между двата университета е драстична – повече от 50 пъти.



Фигура 7. Сравнение на промените в стойностите на индикатор „Престиж сред работодателите“ за професионално направление Комуникационна и компютърна техника за 5 висши училища

Източник: Рейтингова система на висшите училища в България

5.3. Сравнения по индикатор „Реализация на пазара на труда и регионална значимост“

От индикатора „Реализация на пазара на труда и регионална значимост“ са представени данни за „Приложение на придобитото висше образование и реализация по призвание“ за периода 2015 – 2020 г. (Рейтингова система на висшите училища в България, 2021). Резултатите показват процентът на работещите на позиция, изискваща висше образование или заемащи длъжност по призвание, сред осигурените лица, завършили професионалното направление в съответното висше училище. Данните за графиката на фиг. 8 са получени от НОИ (Националния осигурителен институт) и АдминУни (модул, който е част от Информационната система на образованието).

През целия разглеждан период, с най-високи показатели от избраните 5 висши училища по отношение на приложение на придобитото висше образование отново е Технически университет – София, а с най-ниски - Русенски университет "Ангел Кънчев".



Фигура 8. Сравнение на промените в стойностите на индикатор „Приложение на придобитото висше образование и реализация по призвание“ за професионално направление Комуникационна и компютърна техника за 5 висши училища
Източник: Рейтингова система на висшите училища в България

6. Заключение

Годишните темпове на промяна на броя на хората, заети като специалисти по ИКТ са постоянно по-високи от тези, регистрирани за общата заетост в икономиката на ЕС. В България лицата заети като ИКТ специалисти през 2020 г. представляват 3.3% от общата работна сила на страната, който дял е с 1% по-нисък от средния за ЕС.

През 2020 г. от всички специалисти по ИКТ в ЕС, завършилите висше образование са 63.9 %. В България те са 74.2 %, което я нарежда на 10-то място сред държавите-членки на ЕС.

Нашата страна разполага с висококвалифицирани специалисти, работещи в областта на ИКТ, но тъй като този сектор постоянно се развива, търсенето на такива специалисти не спира. Работодателите продължават да търсят подходящи кадри сред завършилите професионални направления Комуникационна и компютърна техника и Информатика и компютърни науки.

Статистическите данни събрани в Рейтинговата система на висшите училища в България разкриват информация за постиженията на отделните висши училища и професионални направления. За периода от 2013 г. до 2020 г. промяната в броя на студентите от професионални направления Комуникационна и компютърна техника и Информационни и компютърни науки не е еднаква. При студентите от инженерното направление се наблюдава спад от 2%, а при другите студенти – нарастване с 18.34%. Разликата вероятно се дължи на нарастващата популярност на специалностите свързани с информатика и програмиране, и считаните за по-трудни инженерни дисциплини.

Според класациите на Рейтинговата система на висшите училища в България за 2020 г., за професионално направление Комуникационна и компютърна техника най-голяма

удовлетвореност от учебния процес в своя университет имат студентите от Нов български университет, а най-слаба – от Технически университет - София. От сравняваните 5 висши училища, студентите от Технически университет - София, Технически университет - Варна и Нов български университет одобряват образованието, което получават и поставят своите университети сред водещите позиции в класацията.

През периода 2015 – 2020 г. се наблюдават различни стойности на показателите на висшите училища, свързани с реализацията на студентите. Най-успешно прилагат висшето си образование завършилите Технически университет - София. Работодателите, наемащи кадри с висше образование от професионалното направление предпочитат да наемат студенти, които са завършили Технически университет – София, Технически университет - Варна и Нов български университет.

От представените данни може да се обобщи, че като цяло студентите от сравняваните 5 висши училища изразяват одобрение от обучението, което получават в професионалното направление. По-голямата част от завършилите студенти намират работа в сферата на ИКТ и се реализират на добри позиции.

Информационните и комуникационни технологии са средство за решаване на обществените предизвикателства, за устойчиво индустриално развитие и за развитие на бъдещи и нововъзникващи технологии. Приложението на ИКТ във всички сфери на икономиката непрекъснато създава търсене на квалифицирани специалисти от тази област, което поставя все по-високи изисквания към тяхното обучение.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- Стефанова, Т. (2017). ИКТ специалистите - с възможности за реализация във всички сфери на икономиката. Сп. „Управление и образование”, XIII (3), стр. 121-127.
- Стефанова, Т. (2018). Приложение на висшето образование и реализация на завършилите комуникационна и компютърна техника. Сп. „Управление и образование”, XIV (3), стр. 146-155.
- Стефанова, Т., Г. Петров. (2016). Заетост, ниво на образование и обучение на ИКТ специалистите. *Сборник доклади от Годишна университетска научна конференция на НВУ „Васил Левски”*, Велико Търново, 20 - 21.10.2016, стр. 189-197.
- Стефанова, Т., Т. Дачев. (2018). Оценка на обучението на студенти в областта на комуникационната и компютърна техника. *Сборник доклади от Годишна университетска научна конференция на НВУ „Васил Левски”*, Велико Търново, 14 - 15.06.2018, стр. 235-245.
- Maryska, Milos, Petr Doucek, Renata Kunstova. (2012). The Importance of ICT Sector and ICT University Education for the Economic Development, *Elsevier-Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 55, p. 1060 – 1068.
- Stefanova, T. (2019, December). Studying of The Employment of Information and Communication Technologies Specialists in Bulgaria. *İzmir Journal of Social Sciences*, 1 (2), p. 60-67
- CBN: Шокиращ е ръстът на работни места в ИКТ сектора (2017). *TechNews.bg*. Посетено на 28.07.2021 - <https://technews.bg/article-104144.html>
- Рейтингова система на висшите училища в България, Интернет базираната платформа. Посетено на 20.08.2021 - <http://rsvu.mon.bg>

- Educational attainment statistics. *Eurostat*: Statistics explained. Посетено на 02.08.2021 - https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Educational_attainment_statistics#Level_of_educational_attainment_by_age
- ICT specialists in employment. *Eurostat*: Statistics explained. Посетено на 03.08.2021 - https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/ICT_specialists_in_employment
- ICT specialists by level of education. *Eurostat*: Statistics explained. Посетено на 04.08.2021 - https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/ICT_specialists_in_employment#ICT_specialists_by_level_of_education

MANAGEMENT OF COMPLEX SECURITY OF MODERN ECONOMIC SYSTEMS

Peshkov Alexey Vladimirovich⁴⁹, Sinyakova Marina Gennadyevna⁵⁰

Shemyatikhina Larisa Yurievna⁵¹, Staritsyna Kseniya Sergeevna⁵²

Abstract

Intensification and complication of socio-economic processes in the world and national economies actualize the problems of managing the complex security of economic systems. Under the economic system the authors of the study consider the modern organization, which should maintain its economic stability and physical security in a strategic perspective. Trends in global and national economies, which caused the transition to a new level of management - management of integrated security, are analyzed. The article considers the process of integrated organization security management, as well as the factors that influence the quality and efficiency of this process. The authors focus attention on the grouping of subjects (external and internal), providing security, and the estimation of their functional readiness to transform taking into account the characteristics of modern organization as an object of protection.

Keywords: economic systems, integrated security, integrated security management process

JEL Codes: F52, K32, H12

Introduction

The current state of the domestic economy is characterized by instability, the presence of a large number of threats that entail significant risks, which undermine the implementation of the goals of socio-economic development, strengthening the defense capabilities of the country, in general create economic problems of ensuring national security.

Any modern economic system at the country level, including the Russian one, is an open system, includes many interconnections between subjects of economic activity, various state and public institutions, the change and functioning of which is dynamic and non-linear, and often uncontrolled.

Under these conditions, the problem of forecasting risks and dangers, management of complex security in the economic and social spheres is extremely relevant.

The economic category "complex security" and approaches to the definition of the concept.

In the theory and practice of management many approaches to the definition of security and other basic concepts from this problem sphere are put forward: security, economic security, threat, risk, interest, damage, source of threat, subject of threat, object of threat. Similar to the concept of "security" among specialists there is no unity in the interpretation of the concepts of "complex security". There are

⁴⁹ The Ural Institute of the State Fire Service of the Ministry of Emergency Situations of Russia, alex_fd7477@mail.ru

⁵⁰ The Ural Institute of the State Fire Service of the Ministry of Emergency Situations of Russia, msinyakova@yandex.ru

⁵¹ The Ural Institute of the State Fire Service of the Ministry of Emergency Situations of Russia, lyshem@mail.ru
ORCID: 0000-0002-2717-9018

⁵² The Ural Institute of the State Fire Service of the Ministry of Emergency Situations of Russia, kseniya.shipitsyna@mail.ru

also several different definitions of "economic security" (L.I. Abalkin, 1994, ; S. Yu. Glazyev, 1997, 164-165; V. K. Senchagov, 2007, 7, etc.), which differ in the criteria of functionality in the analysis of those or other aspects that affect the stability of the national economy. Accordingly, the content of activities to ensure comprehensive security and risk management (prevention, minimization, etc.), where economic security is one of the components of comprehensive security, is understood differently. This problem is aggravated by the fact that the considered category "complex security" does not have sufficient normative definition.

An important methodological basis for the study of such a complex object is the combination of deterministic, structural-functional and informational approaches in the definition of the category in question (Litvak B.G., 2004). The deterministic approach is aimed at identifying the cause-and-effect complex, generating those or phenomena, events, processes, actualizing the transition to the management of complex security. This approach is important in the study of the nature of the economic system as an object, the causes underlying those or other external manifestations of the object of management (indicators) and their dynamics. The interrelated complex of these phenomena reflects the internal system of determination of the nature of the management object, and also allows us to investigate the nature of the threshold values of indicators (Nelub V., 2020). The structured approach assumes the understanding of the economic system as a self-developing organization. Economic systems have a very important feature compared to other systems - a more complex structure and exposure to various factors of the external environment. Structural-functional approach helps to identify the system of connections and relations of other subjects and objects in the conditions of functioning, allowing scientifically justified construction of systems of indicators, assessments of their threshold values, forming systems of analysis and interconnection of the process (process system formation) as a road map organization of risk analysis system development. The information approach is basic for the analysis of the management system, including management of economic systems, systems of strategic development, systems to identify risks and threats, systems to counteract negative effects, as well as creating an information image of the object in its different states (from optimal to critical) based on a set of indicators in their dynamics. On these methodological bases it is possible to formulate reasonable approaches to:

- allocation of indicators that reflect the state and dynamics in the spheres, including in the sphere of national and economic security;
- formation of a set (list) of indicators that can comprehensively (fully) and adequately reflect the social state and dynamics, including in the sphere of risks and threats to national security in the economic sphere, managing uncertainty, reducing uncertainty and increasing predictability and manageability, including through the design and creation of elements of being;
- definition of the lower threshold values of various indicators, the achievement of which leads to a sharp destabilization or destruction of the economic system;
- constructing a model system for analyzing and monitoring risks and threats to economic systems;
- development of conceptual and instrumental roadmap (comprehensive plan) for the formation of the system of analysis and management of integrated security of the economic system.

The following approaches were chosen as the main approaches to expert-based research:

- combination of data from basic and applied sciences, theoretical and empirical scientific knowledge and expert knowledge;

- culturological approach based on cross-cultural tradition in combination with the philosophical theory of values, the evolutionary nature of the parameters of society and the national economy
- the use of empirical methods - analysis of statistical data and the choice of the base year as the minimum point of reference, demonstrating the minimum values, the worst in terms of indicators, the critical position of the economic system in the system of national security
- analogies with the economic systems in the industry in the domestic and foreign markets, which are close in the group of reasonable parameters;
- minimization of analogies with technical and natural sciences.

This group of approaches is considered to be the only possible and effective for solving the tasks under consideration. At the same time, the composition of the group of approaches assumes variation when solving this or that subtask within the framework of this study.

The security of the economic system implies systemic measures to prevent, identify and exclude dangerous situations, fraught with the loss of financial resources or position on the market. These circumstances include attempts on: the property of the organization, its market status, legitimate interests and rights; trade secrets or intellectual property objects; production discipline, health and life of employees. Integrated security management is the combination of several subsystems of protection to form an overall concept of risk management, control and analysis. Such systems have a minimum of redundant elements of single functionality, which causes increased synergy effects.

The problem of formation of the risk system in the management of integrated security. Significant scientific and methodological difficulties are connected with the problem of formation of risk assessment system in the sphere of complex security, which are determined by its transfer from the sphere of academic research to the applied plane. It seems that the practical result of solving this problem should be a set of recommendations of organizational and legal nature, aimed at: approval by normative and legal acts of mechanisms and regulations of managerial decisions on overcoming emergencies, risks and threats to ensure integrated security, formed on the principles of strategic planning; creation of a system of standards and tools for preparedness of public and corporate management to emergency situations in the complex (Beck W., 2000).

The process of integrated security management in the economic system follows a typical scheme that encompasses certain actions:

- identification and assessment of the level of existing and potential challenges and threats to integrated security;
- definition of the optimum scenario of counteraction to the revealed challenges and threats with the use of indicative tools and simulation modeling;
- planning of measures to implement the state policy on integrated security;
- assessing the resources necessary and sufficient to overcome the challenges and threats to comprehensive security.

The structure of comprehensive security and threat factors. Complex security includes economic and physical components. External threats arise outside of the economic system, they are not connected with its operational activity. All external factors affecting the economic component of system security can be grouped, distinguishing political, socio-economic, environmental, scientific and technological, technological, legal, natural and climatic, demographic, etc. (Shagalov S.V., 2014, 100). External threats to comprehensive security include the following: adverse changes in the political

situation; macroeconomic shocks; changes in legislation affecting the conditions of economic activity (tax, property relations, contractual, etc.); undeveloped market infrastructure; illegal actions of criminal structures; use of unfair competition; moral threats, intimidation, blackmail, theft of material resources; illegal actions of competitors, their desire to seize control over the market, etc.

Internal threats are connected with economic activities of the economic system and its personnel. They are caused by processes occurring in the main process and in the implementation of products (goods, works, services), and can affect the results of the economic system. Internal threats to integrated security include the following: insufficient level of discipline; illegal actions of employees, violation of confidential information storage, the choice of unreliable partners; outflow of qualified personnel; insufficient patent protection; accidents, fires, explosions; interruptions in power, water and heat supply; low qualification level of managers; significant omissions in planning, associated primarily with the choice of purpose, the wrong assessment of the economic system.

Applied aspects of the research. Issues of comprehensive security of the company (or business) are relevant for any structure, regardless of the type of its activities, location and number of personnel. There are different ways to solve them. In some cases, this is done by the company owner or CEO, in others trained professionals or security services are involved. Sometimes companies resort to outsourcing services of security companies (Vishnyakov Y.D., 2008). The main purpose of a complex security system is to enable efficient development of a company in unstable situation (internal or external), to timely detect and suppress potential threats, to protect corporate interests, health and life of the employees by all allowed methods.

According to the level of admissibility, threats are considered to be: real, when the probability can be calculated (e.g. by expert method, on the basis of statistics, by SWOT group analysis, etc.); potential (possible). For each detected threat to security for the economic system, the manager must find out its level in monetary (or material) terms. It is necessary to assess the potential damage from the execution of any threat. Basically, losses can be understood as the product of the value of possible damage (in monetary terms) and its probability.

The company policy in the field of security is a single reference point for making decisions and conducting actions that facilitate the performance of tasks. For definition of these reference points it is necessary, first of all, to outline the purposes of providing security of economic system (Grigoreva E., 2015). As goals it is possible to establish: strengthening of working discipline and growth of labour productivity; protection of interests and legal rights of the organization; an alignment to the world standards and leading positions in creation and development of advanced technologies and made production; realization of industrial programs; assistance to the state structures for achievement of goals of economic system; exception of dependence on careless and casual counterparts. First of all it is necessary to make audit of information processes of economic system, to define the extremely important information which demands protection. Expertise of information processes should be completed by making a list of confidential data, where it is used, a list of admitted persons and consequences of leakage (distortion) of secret information. Then it becomes clear what, from whom, and how should be protected, because in the vast majority of episodes, the offenders, voluntarily or involuntarily, will be employees of the organization. In fact, this pattern cannot be changed, you have to take it for granted. For every security threat, there is a probability of its occurrence. If you multiply the probability of this event by the damage it causes, you can determine the risk of the threat. Then we move on to the creation of a security strategy.

Following the analysis of the situation, the development of a "Security Policy" as the basic document for its protection against threats, which is approved by the manager. Its structure can include the following sections

1. Description of the situation in the field of complex security: monitoring of the competitive environment; analysis of the economic situation, resource potential, the level of protection of protected objects, etc.; detection of actual and potential threats, economic risks, their distribution by hazard rating and time of occurrence or the amount of possible damage; establishment of causes and conditions of danger occurrence; forecasting of possible negative consequences of some threats (including economic), calculation of potential damage; description of the problem definition.

2. Defining the security target setting: preparation of the security policy; formulation of its goals; setting objectives for their implementation and implementation of the chosen strategy.

3. Building a security system: defining the functions of integrated security of the organization and its basic principles; selection of security objects and the study of the level of their protection; foundation of bodies (appointment of subjects) to protect against risks; development of ways to maintain security; formation of an organizational structure to manage the integrated security of the economic system.

4. Development of methods to assess the state of integrated security of the organization: the choice of basic criteria and indicators of the level of security; the definition of methods to assess the state of security; the creation of system methods of analysis of economic risks.

5. Calculation of forces and means, necessary for safety: definition of need in material and technical resources, means of protection and protection of potentially unsafe objects; calculation of human resources and future expenses for their maintenance and stimulation; calculation of financial expenses for safety organization; correlation of future expenses with potential damage from influence of threats and business risks.

6. Development of measures to implement the main provisions of the concept of security: the choice of conditions required to implement the concept; attraction of resource sources of support; allocation of funds for the implementation of planned activities; creation of a special security unit, the formation of the company's security management system; installation of technical protection; control over the implementation of the security concept; development of comprehensive security, timely adaptation to changing conditions, modernization of forms and methods of operation.

Development of comprehensive security of the economic system is a simultaneous preparation of technical and organizational and legal documentation (Minkin D.Y., 2018). The strategy should be based on the principle of rational sufficiency with preservation of adequacy of actions. The principle of reasonable sufficiency assumes that expenses on ensuring information security should not exceed the amount of possible damage from its leakage.

Let's dwell on ten principles of complex security of the economic system:

- **Comprehensiveness.** The administration of an economic system must consider all potential threats in order to plan a highly effective security system.
- **Timeliness.** All activities to create security should primarily have the goal of preventing possible threats and developing effective measures to prevent encroachments on the values of the system.
- **Continuity.** Measures on system security protection should be constant. The most productive is the invariable cycle from chain: planning - realization - check - improvement - planning - and so on.

- **Legality.** Provision of complex safety of economic system cannot go outside the "legal field" and should be based on the legitimate ways of revealing and suppression of infringements.
- **Schedulability.** Work on strengthening security should be performed according to special plans, planned for each division and some employees of the organization.
- **Feasibility.** The administration needs to compare the magnitude of likely damage with the cost of security (the "efficiency-cost" condition).
- **Duplication.** All methods of protection should be duplicated, so that if one link in the system fails, a backup mechanism can be used.
- **Specialization.** For the decision of questions of complex safety it is not recommended to use only full-time employees. From a financial point of view for many companies it is more profitable to use specialized companies, which employees have the appropriate training, practical experience and an official license for services rendering, for working out and implementation of complex security.
- **Improvement.** All measures and means of protection should be constantly adjusted and supplemented (modified), based on daily experience of economic system, follow the emergence of advanced technical innovations and amendments to the standards.
- **Centralization of management.** The security of the economic system, as an independent system, must be carried out according to the general approved principles. The first head must navigate the situation under all conditions, because he will always have the decisive word.

No matter how effective a comprehensive security system is, it can make mistakes. Vulnerabilities in the security system of an economic system - questionable new employees, excessive autonomy of personnel or, on the contrary, their lack of initiative and incompetence, lack of technical equipment - all these factors will cause problems one day. They can be: a leak of confidential information about the company's activities, ordinary theft, a successful operation of commercial espionage. The main thing is that even an ideal security system can sometimes make mistakes, protecting the economic system in the usual way and leaving the weak points of the system unattended. It is the detection of deficiencies in comprehensive security and the preparation of a plan for its improvement that is entrusted to a security audit.

Audit of integrated security is a process of independent, full and objective examination of security of a business entity, assessment of the state of economic system security in its every area. The purpose of the audit is to obtain an unbiased professional conclusion about the level of economic system security, its maximum vulnerabilities and deficiencies in the protection concept.

There are two types of audit - external and internal. This does not imply that they are carried out alternately. It is just that an external audit requires one-time or episodic audits of the security service, while an internal audit is carried out continuously and over a long period of time. At the stage (or rather, in the process) of internal audit of complex security they examine: the qualifications of employees; priorities in behavior that can influence an employee; degree of professional training; types and quality of preventive measures of security service; methods of cooperation with the rest of the organization (level of trust, attitude to work, how guards receive information and conduct other activities). Internal security audit is performed to identify and correct errors in the organization of comprehensive security and protection against potential risks caused by incompetence of service employees, their lack of communication with other units. External audit is a complex of measures to check the efficiency of economic system reaction to emerging threats.

Comprehensive security should be based on specific features of business. Its essence and structure are determined by the legal framework, the amount of resources allocated, the practical experience and skills of management and staff awareness of security policy. Taking into account the goals and needs, effective mechanisms are selected and finances are allocated. So, the algorithm of creation of the specified system assumes: study of specifics of activity of economic system and its position in the market, detection and assessment of risks, analysis of applied measures, formation and implementation of the new system, conclusions of experts on its performance.

Violating the limits of threshold figures, the economic system undermines its stability, the established dynamics of self-development, viability in the domestic and foreign markets, turns into an object of aggressive takeover.

The degree of the mentioned protection is determined by the ability of administration on the corresponding levels to take the following measures: to provide stable development of its economy; to smooth out the negative influence of consequences of crisis, to prevent deliberate actions of competitors and other unfriendly structures; to prevent transactions with assets, threatening loss of property; to create rational accounting system of cash flows and raise efficiency of control; to eliminate negligence, prevent fraud and deliberate actions of employees on the attitude to the company. Work in these areas will help to form a margin of safety of the financial system to overcome the consequences of the crisis.

Thus, we can say that the management of complex security is a new direction of scientific research, the applied aspect of which will be significant for the current economic systems. The authors of the study tried to formulate a "search" field, which will help to isolate the problems of complex security management and develop effective management tools.

REFERENCES

- Abalkin, L.I. (1994). Economic security of Russia: threats and their reflection. *Voprosy ekonomiki*, 12, 5.
- Beck, W. (2000). *Risk Society. On the way to another modernity*. MS: Progress-Tradition.
- Glazyev, S.Y. (2010). Strategy of advanced development of Russia in the context of the global crisis. *Ekonomika*.
- Grigoreva, E. (2015). The economic security of the state: the institutional aspect.
- Litvak, B.G. (2004). *Expert technologies in management: textbook*.
- Minkin, D.Y. (2018). Implementation of Optimizing Technologies for The Economic Security of Complex Manufacturing Systems.
- Nelub, V. (2020). Economic analysis of data protection in systems with complex architecture using neural network methods.
- Senchagov, V.K. (2007). Economic security of Russia. *EKO*, 5, 7.
- Shagalov, S.V. (2014). Economic security of the enterprise. Rior.
- Vishnyakov, Y.D. (2008). *General Theory of Risks: a textbook for students of higher education institutions*. Publishing Center "Academia".

ЮБИЛЕЙНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ

„Предизвикателства пред съвременната икономическа наука – устойчивост и дигитализация“

12 ноември 2021 г.

Под редакцията на:
Проф. д-р Преслав Димитров
Проф. д-р Светла Бонева
Проф. д-р Мария Станкова
Доц. д-р Еленита Великова

Тираж 100, Формат 60/90/8, Печ. коли 20

Издател: Университетско издателство „Неофит Рилски“,
2700 Благоевград, ул. „Иван Михайлов“ 66

ISBN 978-954-00-0307-8