

ISSN 1311-3321 (print)
ISSN 2535-1028 (CD-ROM)
ISSN 2603-4123 (on-line)

UNIVERSITY OF RUSE “Angel Kanchev”
РУСЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ “Ангел Кънчев”

BSc, MSc and PhD Students & Young Scientists
Студенти, докторанти и млади учени

PROCEEDINGS

Volume 59, book 5.3.
Economics and Management

НАУЧНИ ТРУДОВЕ

Том 59, серия 5.3.
Икономика и мениджмънт

Ruse
Русе
2020

Volume 59 of PROCEEDINGS includes the papers presented at the scientific conference RU & SU'20, organized and conducted by University of Ruse "Angel Kanchev" and the Union of Scientists - Ruse. Series 5.3. contains papers reported in the Economics and Management section.

Book	Code	Faculty and Section
Agrarian and Industrial Faculty		
1.1.	FRI-ONLINE-1-AMT&ASVM	Agricultural Machinery and Technologies, Agrarian Science and Veterinary Medicine
	FRI-ONLINE-1-MR	Maintenance and Reliability
	FRI-ONLINE-1-THPE	Thermal, Hydro- and Pneumatic Equipment
	FRI-ONLINE-1-EC	Ecology and Conservation
	FRI-ONLINE-1-ID	Industrial Design
1.2.	WED-ONLINE-SSS-AMT&ASVM	Agricultural Machinery and Technologies, Agrarian Science and Veterinary Medicine
	WED-ONLINE-SSS- MR	Maintenance and Reliability
	WED-ONLINE-SSS-THPE	Thermal, Hydro- and Pneumatic Equipment
	WED-ONLINE-SSS-EC	Ecology and Conservation
	WED-ONLINE-SSS-ID	Industrial Design
Faculty of Mechanical and Manufacturing Engineering		
2.1.	FRI-ONLINE-1-MEMBT	Mechanical Engineering and Machine-Building Technologies
2.2.	WED-ONLINE-SSS-MEMBT	Mechanical Engineering and Machine-Building Technologies
Faculty of Electrical Engineering Electronics and Automation		
3.1.	FRI-ONLINE-1-EEEE	Electrical Engineering, Electronics and Automation
3.2.	FRI-ONLINE-1-CCT	Communication and Computer Technologies
3.3.	THU-ONLINE-SSS-EEEE	Electrical Engineering, Electronics and Automation
	THU-ONLINE-SSS-CCT	Communication and Computer Technologies
Faculty of Transport		
4.1.	FRI-2.209-1-TMS	Transport and Machine Science
4.2.	FRI-2.204-SITSTL	Sustainable and Intelligent Transport Systems, Technologies and Logistics
4.3.	WED-ONLINE-SSS-TMS	Transport and Machine Science
Faculty of Business and Management		
5.1.	FRI-ONLINE-1-EM	Economics and Management
5.2.	FRI-ONLINE-1-ESSIR	European Studies, Security and International Relations
5.3.	THU-ONLINE-SSS-EM	Economics and Management
Faculty of Natural Sciences and Education		
6.1.	FRI-ONLINE-1-MIP	Mathematics, Informatics and Physics
6.2.	FRI-ONLINE-1-PP	Pedagogy and Psychology
6.3.	FRI-ONLINE-1-LL	Linguistics and Literature
	FRI-ONLINE-1-AS	Art Studies
6.4.	FRI-ONLINE-1-ERI	Education - Research and Innovations
6.5.	THU-ONLINE-SSS-FM	Financial Mathematics
	THU-ONLINE-SSS-PP	Pedagogy and Psychology

Faculty of Law		
7.1	FRI-ONLINE-1-LS	Law Studies
7.2	FRI-ONLINE-1-NS	National Security
7.3	MON-ONLINE-SSS- L	Law Studies
Faculty of Public Health and Health Care		
8.1	FRI-ONLINE-1-HP	Health Promotion
8.2	FRI-ONLINE-1-SW	Social Work
8.3	FRI-ONLINE-1-HC	Health Care
8.4	FRI-ONLINE-1-MCDA	Medical and Clinical Diagnostic Activities
8.5	THU-ONLINE-SSS-HP	Health Promotion
	THU-ONLINE-SSS-SW	Social Work
	WED-ONLINE-SSS-HC	Health Care
Quality of Education Directorate		
9.1.	FRI-ONLINE-QHE	Quality of Higher Education
Razgrad Branch of the University of Ruse		
10.1	FRI-LCR-1-CT(R)	Chemical Technologies
10.2	FRI-LCR-1-BFT(R)	Biotechnologies and Food Technologies
10.3	TUE-ONLINE-SSS-BFT(R)	Biotechnologies and Food Technologies
	TUE-ONLINE-SSS-CT(R)	Chemical Technologies
Silistra Branch of the University of Ruse		
11.1	FRI- ONLINE-H(SS)	Humanities
	FRI-ONLINE-PPTM(SS)	Pedagogy, Psychology, and Teaching Methodology
	FRI- ONLINE-TS(SS)	Technical Sciences
11.2	FRI-ONLINE-H(SS)	Humanities
	FRI-ONLINE-SSS-PPTM(SS)	Pedagogy, Psychology, and Teaching Methodology
	FRI-ONLINE-SSS-TS(SS)	Technical Sciences

The papers have been reviewed.

ISSN 1311-3321 (print)

ISSN 2535-1028 (CD-ROM)

ISSN 2603-4123 (on-line) Copyright © authors

The issue was included in the international ISSN database, available at <https://portal.issn.org/>.
The online edition is registered in the portal ROAD scientific resources online open access



PROGRAMME COMMITTEE

- **Prof. Amar Ramdane-Cherif**
University of Versailles, France
- **Assoc. Prof. Manolo Dulva HINA**
ECE Paris School of Engineering, France
- **Prof. Leon Rothkrantz**
Delft University of Technology, Netherlands
- **Assoc. Prof. Antonio Jose Mendes**
University of Coimbra, Portugal
- **Prof. Ville Leppanen**
University of Turku, Finland
- **Assoc. Prof. Marco Porta**
University of Pavia, Italy
- **Prof. Douglas Harms**
DePauw University, USA
- **Prof. Zhanat Nurbekova**
L.N.Gumilyov Eurasian National University, Nur Sultan, Kazakhstan
- **Prof. Mirlan Chynybaev**
Kyrgyz State Technical University, Bishkek, Kyrgyzstan
- **Prof. Ismo Hakala, PhD**
University of Jyväskylä, Finland
- **Prof. Dr. Artur Jutman**
Tallinn University of Technology, Estonia
- **Prof. RNDr. Vladimir Tvarozek, PhD**
Slovak University of Technology in Bratislava, Bratislava, Slovakia
- **Doc. Ing. Zuzana Palkova, PhD**
Slovak University of Agriculture in Nitra, Nitra, Slovakia
- **Andrzej Tutaj, PhD**
AGH University of Science and Technology, Krakow, Poland
- **Prof. Valentin NEDEFF Dr. eng. Dr.h.c.**
"Vasile Alecsandri" University of Bacău, Romania
- **Dr. Cătălin POPA**
"Mircea cel Bătrân" Naval Academy, Constantza, Romania
- **Prof. dr Larisa Jovanović**
Alfa University, Belgrade, Serbia
- **Prof. dr hab. Edmund LORENCOWICZ**
University of Life Sciences in Lublin, Poland
- **Assoc. Prof. Ion MIERLUS - MAZILU, PhD**
Technical University of Civil Engineering, Bucharest, Romania
- **Prof. Dojčić Vojvodić PhD**
Faculty of Philosophy, University of Novi Sad, Serbi
- **Assoc. Prof. Alexandrache Carmen, PhD**
Department of Teacher Training, "Dunarea de Jos", Galati University, Romania
- **Prof. Alberto Cabada**
University of Santiago de Compostela, Faculty of Mathematics, Santiago de Compostela, Spain
- **Kamen Rikev, PhD**
Institute of Slavic Philology, Maria Curie-Skłodowska University in Lublin, Poland
- **Dra. Clotilde Lechuga Jiménez, PhD**
Education Science Faculty (Teatinos Campus), University of Malaga (Spain)
- **Assoc. Prof. Despina Sivevska, PhD**
Faculty of Educational Sciences, University "Goce Delcev"-Stip, Macedonia

- **Liqaa Habeb Al-Obaydi, PhD**
English Department, College of Education for Human Sciences, University of Diyala, Iraq
- **Prof. Igor Kevorkovich Danilov, DSc**
Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Russia
- **Prof. Aleksander Valentinov Sladkowski, DSc**
Silesian University of Technology, Poland
- **Prof. Dr. Vera Karadjova,**
“St. Kliment Ohridski” University – Bitola, Faculty of tourism and hospitality – Ohrid, Republic of North Macedonia
- **Prof. Dr. Aleksandar Trajkov**
“St. Kliment Ohridski” University - Bitola, Faculty of tourism and hospitality – Ohrid, Republic of North Macedonia
- **Prof. Dr. Petar Pepur**
University of Split, Croatia
- **Prof. Dr. Korhan Arun**
Namik Kemal University, Tekirdağ, Turkey
- **Prof. Yuliya Yorgova, PhD**
Burgas Free University, Bulgaria
- **Prof. Claudia Popescu, PhD**
Bucharest University of Economic Studies, Romania
- **Prof. Dr. Gerhard Fiolka**
University of Fribourg, Switzerland
- **Prof. Haluk Kabaalioglu, PhD**
Yeditepe University, Turkey
- **Prof. Silva Alves, PhD,**
University of Lisbon, Portugal
- **Hanneke van Brugge, DHC mult**
Appeldoorn, The Netherlands
- **Prof. Nino Žganec, DSc**
President of European Association of Schools of Social Work, University of Zagreb, Croatia
- **Prof. Violeta Jotova**
Direction Pediatrics at St. Marina University Hospital - Varna, Bulgaria, Chair ESPE
Postgraduate Qualification Committee
- **Prof. Tanya Timeva, MD, PhD**
Obstetrics and Gynecology Hospital "Dr. Shterev", Sofia, Bulgaria
- **Prof. Kiril Stoychev, PhD,**
Institute of Metal Science, Equipment and Technologies “Acad. A. Balevsci” with
Haydroaerodinamics centre – BAS, Bulgaria
- **Assoc. Prof. Mark Shamtsyan, PhD**
Technical University, Saint Petersburg, Russia
- **Assoc. Prof. Oleksii Gubenia, PhD**
National University of Food Technologie, Kiev, Ukraine
- **Assoc. Prof. Olexandr Zaichuk, DSc**
Ukrainian State University of Chemical Technology, Dnepropetrovsk, Ukraine
- **Prof. Eugene Stefanski, DSc**
Samara University, Russia
- **Doc. Dr Tatiana Strokovskaya**
International University of Nature “Dubna”, Dubna, Russia
- **Prof. DSc. Petar Sotirow**
Maria Curie-Sklodowska University of Lublin, Poland
- **Prof. Papken Ehiasar Hovsepian**
Sheffield Hallam University, Sheffield, UK

- **Accos. Prof. Krassimir Dochev Dochev, PhD**
University of Portsmouth School of Engineering, UK
- **Mariana Yordanova Docheva, PhD**
University of Portsmouth School of Engineering, UK
- **Assoc. Prof. Ivan Antonov Lukanov, PhD**
University of Botswana, Faculty of Engineering and Technology, Gaborone, Botswana
- **Assoc. Prof. Petko Vladev Petkov, PhD**
Research Associate Cardiff University, UK
- **Prof. Stepan Terzian DSc**
Bulgarian Academy of Science, Bulgaria
- **Prof. Dr. Gabriel Negreanu**
University Politehnica of Bucharest, Romania

ORGANISING COMMITTEE

♦ **ORGANIZED BY: UNIVERSITY OF RUSE (UR) AND
UNION OF SCIENTISTS (US) - RUSE**

♦ **ORGANISING COMMITTEE:**

• **Chairperson:**

COR. MEM Prof. Hristo Beloev, DTSc – Rector of UR, Chairperson of US - Ruse

• **Scientific Secretary:**

Prof. Diana Antonova PhD, Vice-Rector Research,
dantonova@uni-ruse.bg, 082/888 249

• **Members:**

- **Agricultural Machinery and Technologies, Agrarian Sciences and Veterinary Medicine**
- **Maintenance and Reliability**
- **Thermal, Hydro- and Pneumatic Equipment**
- **Ecology and Conservation**
- **Industrial Design**
Assoc. Prof. Plamen Manev,
pmanev@uni-ruse.bg, 082 888 542
- **Contemporary Foreign Language Teaching; Didactics, Pedagogy and Psychology;**
(16.10., Silistra)
Assoc. Prof. Diana Zhelezova-Mindizova, PhD,
dmindizova@uni-ruse.bg
- **Linguistics; Theory of Literature and History; Philosophy** (16.10., Silistra)
Assoc. Prof. Romyana Lebedova, PhD,
rlebedova@uni-ruse.bg
- **E-Learning; Energy Effectiveness; Natural Sciences; Technical Sciences; Mathematics and Informatics** (16.10., Silistra)
Pr. Assist. Evgenia Goranova, PhD,
egoranova@uni-ruse.bg
- **Chemical Technologies** (06-07.11., Razgrad)
- **Biotechnologies and Food Technologies** (06-07.11., Razgrad)
Assoc. Prof. Tsvetan Dimitrov, PhD,
conf_rz@abv.bg, 0887 631 645
- **Mechanical Engineering and Machine-building Technologies**
Assoc. Prof. Dimitar Dimitrov, PhD,
ddimitrov@uni-ruse.bg, 0886 474 834, 082/888 653
- **Electrical Engineering, Electronics and Automation**
Assoc. Prof. Boris Evstatiev, PhD,
bevstatiev@uni-ruse.bg, 082 888 371
- **Communication and Computer Systems**
Assoc. Prof. Galina Ivanova, PhD, giivanova@uni-ruse.bg, 082 888 855
Pr. Assist. Ivanka Tsvetkova, PhD, itsvetkova@uni-ruse.bg, 082 888 836
- **Transport and Machine Science**
Assoc. Prof. Simeon Iliev, PhD,
spi@uni-ruse.bg, 082 888 331

- **Sustainable and intelligent transport systems, technologies and logistics**
Prof. Velizara Pencheva, PhD,
vpencheva@uni-ruse.bg, 082 888 558, 082 888 608
- **Economics and Management**
Pr. Assist. Miroslava Boneva, PhD, mboneva@uni-ruse.bg, 082/888 776
Pr. Assist. Elizar Stanev, PhD, estanev@uni-ruse.bg, 082/888 703
- **European studies, security and international relations**
Prof. Vladimir Chukov, DSc, vlachu1@gmail.com, +359 82 825 667
Assoc. Prof. Mimi Kornazheva, PhD, mkornazheva@uni-ruse.bg, +359 82 825 667
- **Mathematics, Informatics and Physics**
Prof. Tsvetomir Vasilev, PhD,
tvasilev@uni-ruse.bg, 082/888 475
- **Education – Research and Innovations**
Assoc. Prof. Emilia Velikova, PhD,
evelikova@uni-ruse.bg, 0885 635 874
- **Pedagogy and Psychology**
Assoc. Prof. Bagryana Ilieva, PhD,
bilieva@uni-ruse.bg 082 888 219
- **History, Ethnology and Folklore**
Pr. Assist. Reneta Zlateva, PhD
rzlateva@uni-ruse.bg, 082/888 752
- **Linguistics, Literature and Art Science**
Assoc. Prof. Velislava Doneva, PhD,
doneva_v@uni-ruse.bg, 0886 060 299
- **Health Promotion**
Assoc. Prof. Stefka Mindova, PhD,
smindova@uni-ruse.bg, 0882 895 149
- **Social Work**
Prof. Sasho Nunev DSc,
snunev@uni-ruse.bg, 0886 802 466
- **Medical and clinical diagnostic activities**
Assoc. Prof. Nikola Sabev, DSc,
nsabev@uni-ruse.bg, 0882 123 305
- **Health Care**
Pr. Assist. Greta Koleva, PhD,
gkoleva@uni-ruse.bg, 0882 517 173
- **Law**
Assoc. Prof. Elitsa Kumanova, PhD,
ekumanova@uni-ruse.bg, 0884 980 050
- **National Security**
Assoc. Prof. Milen Ivanov, PhD,
poligon@abv.bg, 082 888 736
- **Quality of Higher Education**
Assoc. Prof. Emil Trifonov, PhD, e_trifonov@abv.bg
Daniela Todorova, dtodorova@uni-ruse.bg, 082 888 378.

• **REVIEWERS:**

- Prof. Aneta Deneva, PhD
- Prof. Silvia Trifonova, PhD
- Prof. Yuliya Yorgova, PhD
- Assoc. prof. Stoyan Kraychev, PhD
- Assoc. prof. Toni Mihova, PhD
- Assoc. prof. Veneta Hristova, PhD
- Assist. prof. Anna Otsetova, PhD
- Assist. prof. Bistra Nikolova , PhD
- Assist. prof. Dimitar Kolev, PhD
- Assist. prof. Irena Dimitrova, PhD
- Assist. prof. Ivan Georgiev, PhD
- Assist. prof. Milena Savova-Mratsenkova, PhD
- Assist. prof. Krasimir Markov, PhD
- Assist. prof. Tzvetelin Gueorguiev, PhD

ECONOMICS AND MANAGEMENT

Content

1. THU-ONLINE-SSS-EM-01	11
E-Commerce in a State of Emergency	
<i>Ana Todorova, Miroslava Boneva</i>	
2. THU-ONLINE-SSS-EM-02	20
E-Services Survey in a State of Emergency	
<i>Jivodar Georgiev, Miroslava Boneva</i>	
3. THU-ONLINE-SSS-EM-03	26
Professional Burning - a Major Threat for Medical Workers in The Conditions of COVID 19	
<i>Svilena Ruskova, Ivalina Ruseva</i>	
4. THU-ONLINE-SSS-EM-04	33
Co-Menagement - a Tool for Improving Work with Vulnerable Groups During a Pandemic	
<i>Svilena Ruskova, Dima Spasova</i>	
5. THU-ONLINE-SSS-EM-05	39
Literature Review on Lean Philosophy and the Advantages of its Implementation	
<i>Plamen Penchev, Pavel Vitliemov</i>	
6. THU-ONLINE-SSS-EM-06	40
Towards Multi-Criteria Warehouse Location Selection in the Logistic Network	
<i>Plamen Penchev, Pavel Vitliemov</i>	
7. THU-ONLINE-SSS-EM-07	45
Analysis of Internal Control Activities in Land Oversized Transport	
<i>Lyubomir Mihaylov, Lyudmila Mihaylova</i>	
8. THU-ONLINE-SSS-EM-08	53
Trend Identification in The Atitude of Businessmen Towards Public Private Partnership With the University of Ruse "Angel Kanchev"	
<i>Diana Avramova, Daniel Pavlov</i>	
9. THU-ONLINE-SSS-EM-09	58
The Role of Trademak in Constructing a Model for Small Business Growth	
<i>Neli Rasheva, Daniel Pavlov</i>	
10. THU-ONLINE-SSS-EM-10	64
Impact of Mind Maps for Improvement of Intrapreneurship in Small Industrial Companies	
<i>Denitsa Fileva, Daniel Pavlov</i>	
11. THU-ONLINE-SSS-EM-11	70
Development of Bio Entrepreneurship	
<i>Berna Dzhandemirova, Daniel Pavlov</i>	

12.	THU-ONLINE-SSS-EM-12 Entrepreneurship in Security Business <i>Georgi Georgiev, Daniel Pavlov</i>	76
13.	THU-ONLINE-SSS-EM-13 To Start a Small Business <i>Tamara Dimitrova, Daniel Pavlov</i>	82
14.	THU-ONLINE-SSS-EM-14 The Impact of Interest Rate Differential on Spot Exchange Rate USD - BGN <i>GulayBachrieva, KameliaAssenova</i>	88
15.	THU-ONLINE-SSS-EM-15 Valuation of an Investment Project in Real Assets of the Company “Ruse Vending Service” Ltd. – Ruse through Method Net Present Value <i>Iva Andreeva, KameliaAssenova</i>	94
16.	THU-ONLINE-SSS-EM-16 Outsourcing, Offshoring and Their Derivatives as a Management Tool: What Works and What Doesn't? <i>Vasil Tanev, Anton Nedyalkov</i>	98

E-COMMERCE IN A STATE OF EMERGENCY¹

Ana Todorova – Student

Department of Management and Business Development,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Tel.: +359899202925
E-mail: s1655530@stud.uni-ruse.bg

Principal Assist. Prof. Miroslava Boneva, PhD

Department of Management and Business Development,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Phone: +35982888776
E-mail: mboneva@uni-ruse.bg

Abstract: *This paper aims to discuss the state of e-commerce in Bulgaria during the state of emergency declared in the country on March 13, 2020. The research tasks have been completed, examining the changes in e-commerce; a survey has been conducted among representatives of various sectors; guidelines have been proposed for seeking business development opportunities.*

Keywords: *E-commerce, State of emergency, Business development*

ВЪВЕДЕНИЕ

Икономическият цикъл представлява поредица от възходи и падения – това е нормално и неизбежно. Според управляващия директор на Международния валутен фонд се предвижда най-лошият икономически спад след Голямата депресия (Georgieva, 2020), както и че коронавирус пандемията ще ускори дигиталната трансформация на бизнесите в България.

Безспорно е навлизането в нова икономическа криза (Alexandrova, & Ganev, 2020) с мащаб, който трудно може да се предвиди в съчетание с пандемията от COVID-19. Става ясно, че кризата и извънредното положение открояват сериозни слабости, дисбаланс в глобалната икономика, а въведеното извънредно положение и съпътстващите мерки, необходими и оправдани за ситуацията, промениха изцяло живота и поведението на всички, а новите предизвикателства налагат иновативни решения, чрез които да се излезе от рамките на досегашния начин на работа (Capital, 2020). Експерти отчитат, че онлайн търговията се превърна в основен канал, през който много бизнес организации да запазят връзката със своите клиенти (Bakalov & Naydenova, 2020).

Настоящата разработка има за цел да изследва състоянието на електронната търговия в България по време на обявеното в страната извънредно положение от 13. март 2020 г. (National Assembly of the Republic of Bulgaria, 2020).

Изпълнението на така поставената цел е възможно с реализиране на следните изследователски задачи: (1) да се проучат промените в електронната търговия; (2) да се извърши анкетно проучване сред представители на различни сектори; (3) да се предложат насоки за търсене на възможности за бизнес развитие в настоящата кризисна ситуация.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Изследване на промените в електронната търговия

Редица публикации и интервюта с представители на бизнеса и анализатори свидетелстват, че предстоят промени както при конвенционалните търговци, така и сред

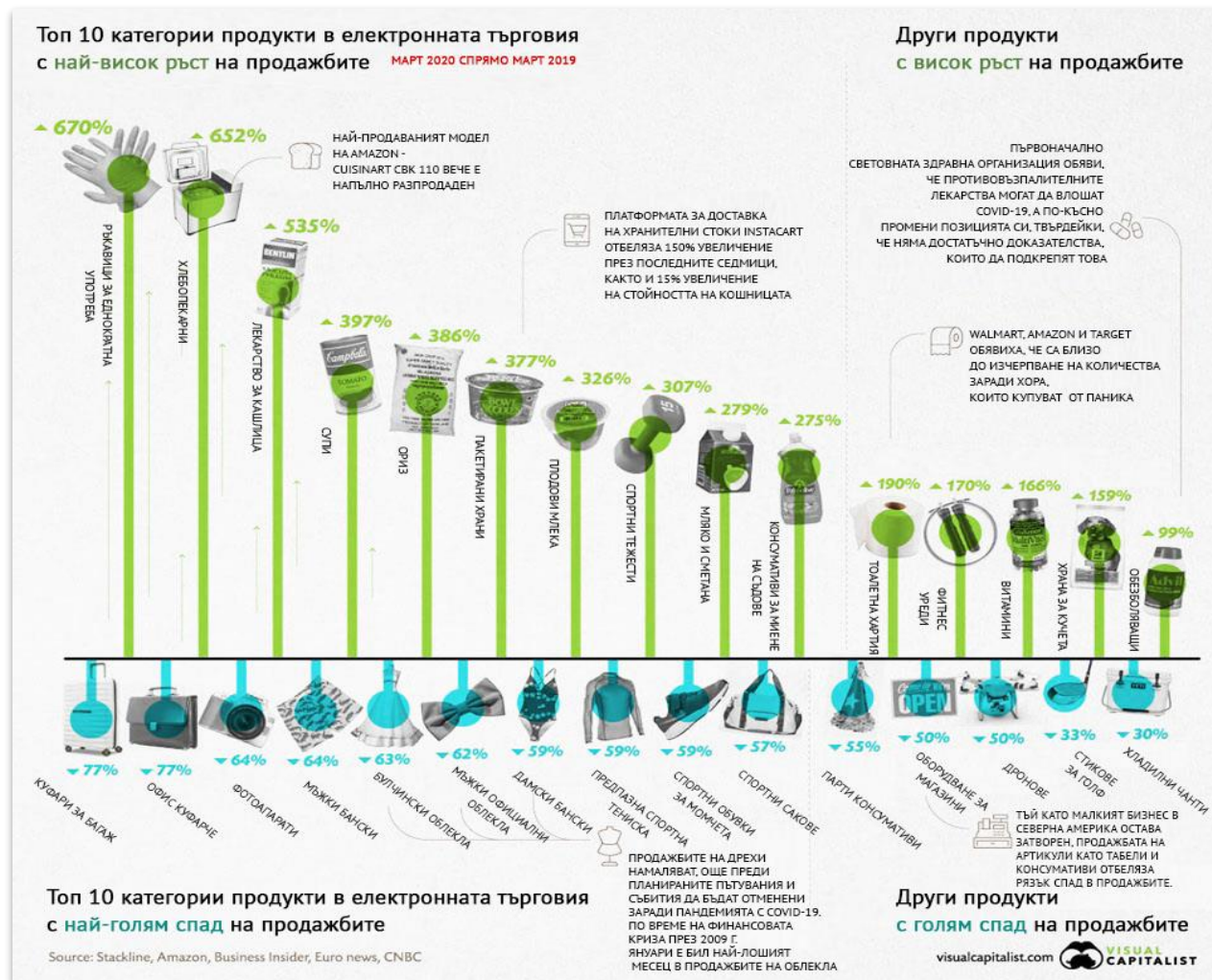
¹ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Изследване на електронната търговия по време на извънредното положение.

онлайн търговците. Важно и за двете категории е да се адаптират към рестрикциите, промените и възможностите, които води след себе си обявеното в страната и света извънредно положение. Ключовите промени са обобщени в Табл. 1., като са открити предизвикателствата и потенциалните решения за преодоляване на трудностите и/или запазване на позитивите.

Таблица 1. Ключови аспекти на промените, породени от въведеното извънредно положение, повлияли върху електронната търговия в България

Впечатляващи промени	Предизвикателства	Възможни решения	Източник
Голяма част от фокуса и дори надеждите на бизнеса за излизане от кризата са приковани към онлайн решенията. Хора в напреднала възраст също пазаруват онлайн, не само познатите преди това аудитории.	Търговци и брандове, които искат да капитализират "lockdown-a" на всяка цена. Необходимост от предприемаческа осъзнатост, че онлайн магазините не са просто "сайтове".	Холистичен подход; цялостна дигитална трансформация на бизнеса.	(Platikanov, 2020)
Голяма част от организациите със смесени бизнес модели офлайн и онлайн, оперират към момента изцяло само онлайн. Промяна в навиците на потребителите: – Намалена търсенето на дрехи, обувки, авточасти, пътувания + Увеличава се търсенето на преносими компютри, таблети, офис столове, спортни уреди, маски и дезинфектанти, здравни измервателни уреди, витамини, минерали, пробиотици, имуностимуланти хранителни продукти, домакински консумативи и почистващи препарати. – По-малко разплащания с наложен платеж. + Повече реализирани плащания онлайн.	Част от онлайн магазините за доставка на хранителни продукти, поради завишеният брой поръчки изпитват трудности с навременното обслужване на поръчките. В период на криза хората са по-склонни да пестят и да пазаруват предимно продукти от първа необходимост. Страх от пренасяне на заразата чрез банкноти.	Осигуряване на безопасност на служителите, клиентите и партньорите.	(Bakalov & Naydenova, 2020)
Пандемията подхранва онлайн търговията и в частите от пазара, където досега потребителите по-скоро се съпротивляваха, като разкрасителните и хранителните продукти. Телемедицински решения и сравнително празни лекарски кабинети. Спортни тренировки и йога занимания от разстояние. Онлайн обучение – празни училища и университети. Работа от дома – пусти офиси и бизнес центрове.	Ръст на безработицата. Който може да работи онлайн все още получава заплати.	Ускорени дигитализационни процеси. Очаквания да се запази онлайн търсенето на стоки, към които привикват хората по време на пандемията (козметични и разкрасителни средства, храни, спортни принадлежности и др.)	(Kirilova, 2020)
Адаптиране на потреблението към новата действителност и замяна на голяма част от офлайн услугите с онлайн решения. Онлайн пазарът с лекарства има сериозен ръст. При "Технополис" дистанционните	Засилването на електронната търговия и онлайн банкирането, както и онлайн образованието няма да бъде краткосрочно.	Компаниите трябва да насочат усилията си към привличане на клиенти към мобилните си приложения в много по-голяма степен, отколкото към традицион-	(Milenova, 2020); (Wagenstein, 2020); (Petrov & Nikolov,

продажби са нараснали 3 пъти. Куриерските фирми също отчитат повишена активност заради нарасналата онлайн търговия, не само по отношение на електрониката; повишаване на броя пратки до домашни адреси, дори надхвърлящи броя да доставките от последната кампания „черен петък“.	Интернет аптеките не могат да обслужат поръчките – някои от най-големите търговци разсрочват доставките до 15 – 30 работни дни, което на практика прави покупката безсмислена.	ните си форми на търговия и услуги. Новата реалност все повече налага т. нар. разрушителни (disruptive) технологии, които в много кратки срокове ще станат неизменна част от ежедневието. Гъвкавост.	2020)
---	--	--	-------



Фиг.1. The Pandemic Economy: Какво купуват онлайн потребителите по време на COVID-19? (адаптирано от visualcapitalist.com)

Проучване на електронната търговия в различни бизнес сектори в България

Проведено е проучване за електронната търговия в различни бизнес сектори по разработена за целта методика (Табл. 2), като са използвани елементи от (Nedyalkov, 2011).

Таблица 2. Методика на проучването

№	Елемент на проучването	Обосновка
1	Общи положения и ограничителни условия	Проучването е насочено към представители на различни бизнес сектори в България. Период на проучването 10 – 23 април 2020 г.

2	Цел и задачи на изследването	Целта на изследването е да се установи, по какъв начин се отразява на бизнеса извънредното положение, въведено в България от 13.03.2020 г., за да се установи: 1) извършвани ли са онлайн продажби преди и след въвеждането на извънредното положение; 2) какви промени се наблюдават за бизнеса по време на извънредното положение; 3) съпоставими ли са промените при електронните търговци и традиционните бизнеси.
3	Обект на изследване, генерална съвкупност, определяне обема на извадката	Обект на изследване са български предприятия, независимо от сектора на икономическа дейност. Генералната съвкупност е 866 предприятия (https://www.nsi.bg/bg/content/17720/прессъобщение/използване-на-информационни-и-комуникационни-технологии-в-предприятията). Минималният обем на извадката е 267 (https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html?type=1&cl=95&ci=5&pp=50&ps=866&x=0&y=0) при ниво на доверителна вероятност 95%. В проучването са се отзовали общо 333 респонденти.
4	Теза и хипотеза на изследването	Формулирана е теза на проучването, че по съгласно ограничителните мерки по време на извънредното положение относителна устойчивост могат да имат предприятията, които извършват продажби по електронен път. Издигната е първа хипотеза, че по време на извънредното положение повече предприятия са включили електронната търговия в своите бизнес модели. Издигната е втора хипотеза, че повече негативни последствия търпят предприятия, които прилагат традиционни бизнес модели.
5	Разработване на анкетна карта	Анкетният формуляр е изготвен с инструментариума на уеб базираното приложение OneDrive. Анкетната карта съдържа 8 затворени въпроси. Формулярът е анонимен. Два демографски въпроса са свързани със заеманата позиция на отговарящия и бизнес сектора на организацията. Останалите въпроси са релевантни на целта и задачите на проучването.
6	Апробиране на анкетната карта	Анкетният формуляр е апробиран чрез тестово попълване от 2 търговци и 1 университетски преподавател. Получено е предложение за добавяне на отворен въпрос относно продукта с най-чести продажби.
7	Формулиране на окончателната анкетна карта	Добавен е въпрос с възможност за въвеждане на най-продавания продукт.
8	Определяне на финансовите средства и потенциалните изпълнители	Инвестирано е лично време на изследователите и не са вложени финансови средства за провеждане на проучването.
9	Реализиране на анкетното проучване	Проучването е осъществено чрез разпространение на линка за анкетния формуляр в професионални групи на търговци, обособени в социалните мрежи и лични контакти с представители на различни бизнес организации.
10	Подход за обработка на данните	Обработката на данните е извършена с помощта на инструментите на Excel за математически и статистически функции. Обобщенията са представени след настоящата таблица.
11	Анализ на резултатите	Анализът се свежда до графично представяне на резултатите. Възможно е в бъдещи разработки да се използва корелационен анализ за откриване на допълнителни зависимости между резултатите при различни групи респонденти.
12	Изводи и препоръки	Извършени са обобщения на резултатите и са предложени насоки за търсене на възможности за бизнес развитие.

В проучването са се включили общо 333 представители на различни сектори от икономиката на България, а именно: *Производство* - 54 анкетирани или 16% от запитаните; *Търговия* – 221 анкетирани, представляващи 66% от запитаните; *Земеделие* – 13 анкетирани или 13% от запитаните; *Хотелиерство и ресторантьорство* – 15 анкетирани, които са 5% от запитаните; *Други* (включ. административни, информационни, рекламни, транспортни, логистични и др. услуги) – 30 анкетирани, които представляват 9% от запитаните.

Делът на опериращите онлайн респонденти преди 13.03.2020 г. е както следва: **81%** от респондентите посочват, че **са**, а **19%**, че **не са** извършвали онлайн продажби преди обявяването на извънредното положение. Процентът нараства съответно до **86%** за първата и намалява до **14 %** за втората група след 13.03.2020 г. Разликата от **5%** между продаващите преди и след 13. март доказва първата хипотеза на изследването, а именно че по време на извънредното положение повече предприятия са включили електронната търговия в своите бизнес модели.

На въпроса: *Каква промяна забелязвате за приходите от продажби, осъществени по електронен път?*, **35%** от включилите се в проучването посочват като отговор *Намаление*, **31%** - *Увеличение*, **23%** - *Задържане*, а **11%** не дават отговор.

При посочен повече от един отговор **97%** от анкетиранияте заявяват, че обслужват клиенти от *България*, **26%** - в *Страни от Европейския съюз*, а **11%** - в *Страни извън ЕС*.

При посочен повече от един отговор на въпроса *Какви са Вашите клиенти?* **92%** от респондентите визират за свои основни клиенти *Физически лица / домакинства*, **34%** - *Бизнес*, **6%** - *Болници и здравни организации*, **8%** - *Образователни институции*, **6%** - *Неправителствени организации*, **7%** - *Други организации на бюджетна издръжка от публичния сектор*.

При посочен повече от един отговор на въпроса *Как се отразява извънредното положение на Вашия бизнес?* **41%** от анкетиранияте споделят, че кризата *Намалява търсенето на предлаганите от тях продукти*, за **20%** *Отваря нови възможности за развитие*, при **20%** - *Увеличава търсенето на продуктите*, при **18%** се налага *Принудително извеждане в отпуск*, а за **14%** - ситуацията остава *Без промяна*. **12%** от респондентите са се принудили да прибегнат до *Съкращаване на персонала*, при **5%** се е *Увеличила нуждата от кадри*, **3%** - са преминали на режим *Работа от дома*, а **4%** посочват *Други последици*, включително фалит и спиране на работа.

Високите проценти на неблагоприятните последици доказват втората хипотеза на изследването, а именно, че повече негативни последици търпят предприятия, които прилагат единствено традиционни бизнес модели (фиг. 2).



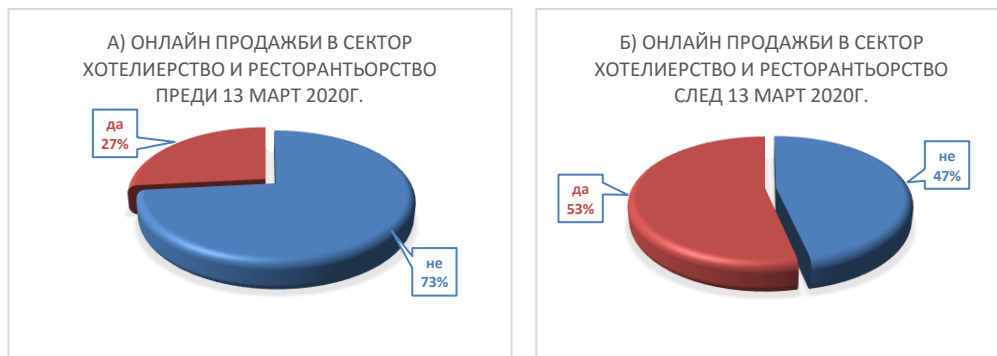
Фиг. 2 Отражение на извънредното положение върху бизнеса

Отворените отговори на въпроса *Кой е най-продаваният продукт?* (Граф.6) са обособени в няколко категории, като тези, които не се релевантни на изследването, са обобщени в *Не желая да отговоря* – **10%** от анкетиранияте. Като най-продавани със значителна преднина се открояват стоките от сектор *Мода* – **18%**, следвани от *Храни и напитки* – **9%**, *Здраве и медицински консултативи* – **8%**, *Забавление и игри* – **8%**, *Електроника* – **7%**, *Услуги* – **7%**, *За дома* – **6%**, *Козметика* – **5%**, *Спорт и отдих* – **4%**, *Земеделие* – **4%**, *Автомобили* – **3%**, *Подаръци и цветя* – **3%**, *Мебели* – **3%**, *Бебешки и детски дрехи* – **2%**, а с по **1%** са представени групите *Туризм*, *Офис консултативи*, *Препарати за почистване*, *Стоки за домашни любимци* и *Други*.



Фиг. 3 Най-продавани продукти след 13.03.2020г.

Като най-засегнат от рестрикциите вследствие на обявено извънредно положение се очертава сектор *Хотелиерство и ресторантьорство*: преди 13.03.2020г. **23%** от анкетираните посочват, че са извършвали онлайн продажби, а **73%**, че не са (фиг. 4 А). Тези проценти се изменят съответно на **53%** и **47%** след затварянето със заповед на Министъра на здравеопазване на всички хотели и ресторанти (фиг. 4 Б).



Фиг. 4 Онлайн продажби в сектор Хотелиерство и ресторантьорство преди и след 13 март 2020 г.

Задълбоченият анализ на данните показва, че от отговорилите отрицателно на въпроса *Преди 13. март 2020 г. извършвахте ли продажби онлайн?* **55%** са стартирали онлайн дейност след обявяването на извънредното положение, докато **45%** са запазили традиционния си модел на работа.

Извършеното анкетно проучване обхваща периода 10-23 април 2020 г., т.е. не визира икономическата ситуация в страната непосредствено след обявяването на извънредното положение. Вероятно това обяснява противоречието, което се забелязва с по-ранни изследвания, че категорията *Мода* отчита рязък спад спрямо *Здраве и медицински консумативи*, *Електроника*, *Храни и напитки*. В настоящото проучване модните стоки отчитат лидерство в продажбите с **18%**, докато при препаратите за почистване и дезинфектантите се наблюдава дял от едва **1%**.

При **35%** от анкетираните има спад в продажбите, което е възможно да не бъде отчетено като изцяло негативна тенденция спрямо общия дял от **54%** респонденти с увеличение или без промяна (задържане) в приходите.

Напълно очаквано голям процент от участниците в анкетата посочват, че техните основни клиенти са на територията на България, доста по-малко посочват страни от/извън ЕС. Това е индикатор, че вероятно не се използват максимално възможностите, които предлага онлайн търговията, а именно глобализацията и достъпът до множество пазари.

Най-разпространен при продажбите, от гледна точка на клиентите, е моделът B2C, следван от B2B, и по-малък дял при останалите типове клиенти – неправителствени организации, образователни институции и др. Това е обяснимо, тъй като редът на поръчка при тях е по-различен от стандартна покупко-продажба.

От гледна точка на това как се отразява извънредната ситуация върху съответния бизнес, голям процент посочват, че намалява търсенето на предлаганите от тях продукти. На половина на тях е делът на анкетиранияте, които отчитат ръст в търсенето, както и на тези, откриващи нови възможности в кризата. Като реакция на кризата много от респондентите (33%) са принудени да работят от дома, принудително извеждане в отпуск или съкращаване на персонала, докато за други 5% възниква необходимост от нови кадри. За не малък дял (14%) анкетирани кризата не носи нито негативи, нито позитиви, а 4% признават, че са заплашени от фалит, тотален срив и спиране на работа.

При най-потърпевшия сектор *Хотелиерство и ресторантьорство* се отчита изключително адекватна реакция на настъпилата криза. Голям процент стартират онлайн дейност след 13 март, най-вероятно или чрез включването им в различни специализирани платформи за поръчка и доставка на храни като Foodpanda, Takeaway и др., или чрез разработването на собствена система за доставка до дома на клиента. Факт е, че всички представители на сектора, които преди 13 март не са продавали онлайн, а впоследствие са преминали на дистанционни продажби, посочват задържане и дори увеличение в приходите си, което е предпоставка за преминаване през кризата с по-малък стрес и негативи.

Изследването показва, че не малка част от опериращите основно офлайн бизнеси закъсняват със своята дигитализация. Организациите, посочили *фалит* като непосредствено отражение на кризата върху дейността им, нито са продавали онлайн преди извънредното положение, нито са се насочили към този тип продажби след 13 март. Настъпилата ситуация в страната и света като цяло, показват, че онлайн каналите за реализация се очертават като „спасителен пояс“ за много малки и средни предприятия и тези, които вече са ги интегрирали в бизнес моделите си, ще преминат по-леко през очертаващата се рецесия вследствие на кризата.

Предложения и насоки за търсене на възможности за бизнес развитие в настоящата кризисна ситуация

В резултат от анализа на резултатите от изследването на настъпилите промени и анкетното проучване могат да бъдат предложени няколко пункта. Както беше посочено, изключено важно е всеки бизнес да се дигитализира максимално бързо. Това не означава просто да имат свой представителен уеб сайт, а голяма част от дейността им да премине в онлайн пространството. За малките и средни предприятия, за които инвестицията в собствен електронен магазин за момента би била прекалено финансово утежняваща, биха могли да се възползват от опита на наложилите се маркетплейс платформи (eMag, Facebook, Chopni и др.) и сайтове за обяви (OLX, Bazar и др.).

Възможности за развитие онлайн предлагат и платформи за изграждане на е-магазини за сравнително кратко време, с изчистена визия и необходимите функции. Адаптирането на бизнес моделите към новите реалности е безспорна предпоставка за бъдещите успехи на всеки предприемач. Това е процес, който не търпи повече отлагане и трябвало максимално бързо да се премине към осъществяването му.

Подходящите и професионално изпълнени реклама и маркетинг също могат да спомогнат за по-плавното преминаване през кризисния период и вероятно е подходящ момент организациите да пренасочат своите финансови резерви към наемането на специалисти в тези ключови области.

В контекста на бизнес развитието на организации, предлагащи своите стоки чрез електронни канали, ключова роля имат партньорствата с организации за транспортиране на пратките (Otsetova, 2020), а капацитетът на операциите и качеството на обслужване трябва да се анализират и подобряват непрекъснато (Andronov & Yorgova, 2010).

Възможностите за сътрудничество на бизнеса с висши училища е важно да се използват в подобни непредвидени ситуации. Всички са изправени пред уникални непредвидени обстоятелства и заедно могат да потърсят решения, тъй като в университетите е концентриран научен, изследователски и приложен потенциал, който може под формата на публично-частни партньорства (Pavlov, 2014; Avramova & Pavlov, 2018) да предложи на бизнеса иновативни подходи и модели за справяне с дигитално-трансформационните предизвикателства (Boneva, 2018). Така например студенти биха могли да разработят уеб сайтове и/или електронни магазини, като част от свои курсови или дипломни работи, наставявани от компетентни преподаватели и да подпомогнат своевременно дигитализационните процеси в нуждаещи се предприятия.

ИЗВОДИ

Установено е, че обявеното в страната извънредно положение в България се отразява изключително негативно върху множество сектори от икономиката на страната. Част от тях са заплашени от фалит, други прилагат краткосрочни мерки като съкращения и принудителни отпуски. Не малко от участващите в изследването откриват нови възможности в кризата, като има респонденти, които посочват и нужда от наемането на допълнителни кадри.

Анализирано е, че организациите, които са оперирали онлайн преди обявяването на извънредното положение са понесли стреса и негативите от блокирането на икономиката сравнително по-леко от онези, които не са предприели необходимите действия за пълна или частична дигитализация.

Обосновано е, че за да са успешни, а не просто оцеляващи, българските производители и търговци трябва да комбинират или да преминат от офлайн в онлайн режим възможно най-бързо, като дори може да се твърди, че този процес на адаптация е закъснял.

Предложени са дългосрочни насоки за подобряването на бизнес климата от гледна точка на е-търговията, сред които онлайн миграция на бизнеса посредством водещи маркетплейс платформи, изграждане на собствен уебсайт за продажби, инвестиране в специализирани рекламни и маркетингови услуги с цел изграждане на конкурентни предимства по-добра комуникация с клиенти и не на последно място по важност – сътрудничество с висши училища и възползване от потенциала на компетентни преподаватели и студенти.

REFERENCES

Alexandrova, N. & Ganev, P. (2020), Is a new world economic crisis approaching? Darik Radio, URL: <https://darikradio.bg/zadava-li-se-nova-svetovna-ikonomicheska-kriza.html> (Accessed on 20.03.2020) (Оригинално заглавие: Александрова, Н. и Ганев, П. (2020), Задава ли се нова световна икономическа криза? Дарик радио)

Andronov, E., Yorgova, Y. (2010). Operations Capacity and Service Quality, Management and sustainable development, 3-4/2010. University of Forestry pp. 44-49 (Оригинално заглавие: Андронов, Е., Йоргова, Ю. (2010) Капацитет на операциите и качество на обслужване. Сп. Управление и устойчиво развитие, бр. 3-4/2010, Лесотехнически университет, с. 44-49)

Avramova D, Pavlov D. (2018) Methodology for Initiating a Public-Private Partnership With a Higher Educational Institution // Proceedings Of University Of Ruse - 2018, volume 57, book 5.1., Ruse, University of Ruse, 2018, pp. 46-50, ISSN 1311-3321. URL: <http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp18/5.1/5.1-9.pdf> (Accessed on 03.05.2020)

Bakalov, N. & Naydenova, J., (2020) RE-COMMERCE Talk Night / vol.1 URL: <https://www.facebook.com/EcommerceSuccessFoundation/videos/536881183916308/> (Accessed on 21.04.2020)

Boneva, M. Challenges Related to the Digital Transformation of Business Companies. IN: The 6th International Conference Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2018), Prague, 2018, pp. 101-114, ISBN 978-80-245-2274-6.

Capital, (2020) Georgi Milushev, ZORA retail chain: Challenges require innovative solutions and going beyond the current way of working URL: https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2020/04/08/4051837_georgi_milushev_turgovska_veriga_zora/?device_view=full (Accessed on .2020) (Оригинално заглавие: Капитал, (2020) Георги Милушев, търговска верига "ЗОРА": Предизвикателствата налагат иновативни решения и излизане от рамките на досегашния начин на работа)

Georgieva, K., (2020), Confronting the Crisis: Priorities for the Global Economy. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2020/04/07/sp040920-SMs2020-Curtain-Raiser> (Accessed on 10.04.2020)

Kirilova, E., (2020). The pandemic is widening the divide between traditional and online commerce. investor.bg. URL: <https://www.investor.bg/novini/261/a/pandemiiata-uvlichava-razdelenieto-mejdu-tradicionnata-i-onlain-tyrgoviiata-301655/> (Accessed on 07.04.2020) (Оригинално заглавие: Кирилова, Е., (2020). Пандемията увеличава разделението между традиционната и онлайн търговията. investor.bg/)

Milenova, S. (2020). How because of the coronavirus our mobile phone turned into a mall. Forbes Bulgaria URL: <https://forbesbulgaria.com/2020/04/07/бум-в-мобилните-апликации-заради-коро/> (Accessed on 10.04.2020) (Оригинално заглавие: Миленова, С. (2020). Как заради коронавируса мобилният ни телефон се превърна в МОЛ, Forbes Bulgaria)

National Assembly of the Republic of Bulgaria, (2020), The Parliament declared a nationwide state of emergency from 13 March to 13 April 2020, URL: <https://www.parliament.bg/en/news/ID/5051> (Accessed on 29.03.2020)

Nedyalkov, A. (2011). Methodology for Measuring Service Quality. Conference: Scientific-Technical Union of Mechanical Engineering Volume: 2 (122), pp. 228-337, ISSN 1313-7123 URL: (Accessed on .2020) (Оригинално заглавие: Недялков, А. Методика за измерване на качеството на услугите (DOI: 10.13140/2.1.2791.3285). В: Научни трудове от IX-та Международна научна конференция „Мениджмънт и инженеринг”, 2/122, София, 2011, стр. 228-237, ISBN 1310-3946)

Otsetova, A. (2020). Postal Sector Development - Perspective and Challenges. Publishing House Avangard Prima ISBN: 978-619-239-410-3

Pavlov, D. (2014) ACADEMIC PRODUCTION OF ENTREPRENEURS – MYTH OR REALITY // Annals of „Eftimie Murgu” University Reșița, Fascicle II. Economic Studies, 2014, No XXI, pp. 256-271, ISSN 2344-6315. URL: http://www.analefseauem.ro/upload/arhiva-revista/2014/Volum_2014.pdf (Accessed on 03.05.2020)

Petrov, E., Nikolov, D. (2020) Easier in the crisis. BusinessGlobal URL: bglobal.bg/102611-По-леко-в-кризата (Accessed on 10.04.2020) (Оригинално заглавие: Петров, Е., Николов, Д. (2020) По-леко в кризата. BusinessGlobal)

Platikanov, Ch., (2020) Chavdar Platikanov: Now is the time to implement a new generation of e-commerce solutions, NOVA News, URL: <https://nova.bg/news/view/2020/04/05/284032/чавдар-платиканов-сега-е-моментът-да-внедрите-е-commerce-решения-от-ново-поколение/> (Accessed on 07.04.2020) (Оригинално заглавие: Платиканов, Ч. (2020) Чавдар Платиканов: Сега е моментът да внедрите е-commerce решения от ново поколение, Новините на Nova)

Wagenstein, E., (2020). Flexible companies will be profitable in the new reality URL: <https://www.bloombergtv.bg/a/19-svetat-e-biznes/45129-gavkavite-kompanii-shte-sa-pechelivshi-v-novata-realnost> (Accessed on 10.04.2020) (Оригинално заглавие: Варенщайн, Е., (2020). Гъвкавите компании ще са печеливши в новата реалност. www.bloombergtv.bg).

THU-ONLINE-SSS-EM-02

E-SERVICES SURVEY IN A STATE OF EMERGENCY²

Jivodar Georgiev – Student / PhD Student / Young Scientist

Department of Management and Business Development,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Tel.: +359 88 5352 955
E-mail: s175008@stud.uni-ruse.bg

Principal Assist. Prof. Miroslava Boneva, PhD

Department of Management and Business Development,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Phone: +35982888776
E-mail: mboneva@uni-ruse.bg

Abstract: *The paper aims to study the consumption of electronic services during the state of emergency declared in Bulgaria on March 13, 2020. It has been presented results from: an a priori study on changes in the supply of electronic administrative and business services; an empirical research on the consumption of various e-services. Development opportunities and positive transformations are proposed.*

Keywords: *E-services, State of emergency, Business development*

ВЪВЕДЕНИЕ

Народното събрание на Република България взе решение на 13. март 2020 г. за обявяване на извънредно положение (National Assembly of the Republic of Bulgaria, 2020). Това решение съответства на безпрецедентната ситуация в световен мащаб и се налага за първи път от Втората световна война насам.

Наличието на електронни услуги помага на редица сектори да продължат своите дейности чрез дистанционна работа в дигитално работно пространство, обучение в електронна среда от разстояние, електронно административно обслужване и др. технологично базирани услуги. Всички те са немислими и неосъществими без преносна среда, осигурявана от доставчиците на телекомуникационни услуги.

Ролята на телекомуникационните услуги за съвременното общество е ясно изразена в условията на дигитална икономика (Dimitrova, 2019) и още по-силно се проявява при извънредна ситуация с безпрецедентни мащаби.

Кризата блокира пътуванията, но активира масовото използване на видеоконферентни платформи, виртуални разходки в музеи, и зоологически градини. Ограничителните мерки затвориха търговските центрове и магазини, но ускори дигитализацията в бизнеса и публичния сектор. Опасността от заразяване промени не само хигиенните навици на хората, а и тяхното поведение за работа с дигитални приложения и безкасови разплащания.

Настоящата разработка има за цел да проучи потреблението на електронни услуги по време на обявеното в страната извънредно положение от 13. март 2020 г.

Поставената цел е постижима с изпълнение на следните изследователски задачи: (1) да се изследва промените при предлагането на е-услуги от публични и бизнес организации; (2) да се извърши анкетно проучване сред студенти от Русенски университет „Ангел Кънчев“ и техни близки; (3) да се предложат възможности за развитие и положителни трансформации по време на извънредното положение.

² Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Електронните услуги по време на извънредното положение.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Изследване на промените при предлагането на електронни услуги

Извършено е априорно проучване на публикации в институционални сайтове и електронни медии, отразяващи настъпилите промени по отношение на електронните услуги и посоката на тяхното развитие след обявяване на извънредното положение. Резултатите са систематизирани в следните групи: електронни административни услуги; е-услуги, предлагани от бизнес организации; електронни услуги за развлечение.

А) Електронни административни услуги

- Държавната агенция „Електронно управление“ чрез ССЕМ (система за сигурно електронно връчване) предлага препоръчана е-поща за административни документи – над 70 000 са заявените електронни услуги за април през тази система и бележат увеличение от 50 000 спрямо месец март на същата година (State e-Government Agency, 2020).

- Националната агенция за приходите (НАП) предоставя възможност за заявяване на персонален идентификационен код (ПИК) по имейл или с обаждане; над 80 % от всички получени формуляри са изпратени онлайн (NRA, 2020).

- Агенцията по заетостта обръща внимание на своите електронни и дистанционни услуги във връзка с епидемичната обстановка в страната осигурява регистрация в бюро по труда без посещение на място (Ministry of Labor and Social Policy, 2020).

Б) Електронни услуги, предлагани от бизнес организации

- MICROSOFT – благодарение на облачните услуги MICROSOFT увеличи и приходите, и печалбата през първото тримесечие в условията на криза заради пандемията от коронавирус. Ръст от 15% до над 35 млрд. долара на годишна база, а нетна печалба с 22% до 10.7 млрд. (Kuzmov, S., 2020c).

- БОРИКА: “Останете си вкъщи, подписвайте документи с Облачен електронен подпис В-Trust, безплатно и неограничено“ (Borica Bank Services, 2020).

- Sirma AI – българска софтуерна компания, която предоставя безплатно своята графова база GraphDB на медицински организации от целия свят, борещи се с пандемията от COVID-19. Чрез своята сementична технология помага на научните организации да структурират и свържат огромните обеми от данни, генериращи се непрекъснато от различни източници (Economy.bg, 2020).

В) Електронни услуги за развлечение

- NETFLIX – увеличи абонатите си с 16 милиона заради карантината (Kuzmov, 2020a).

- А1 - помага на своите клиенти да се справят с периода на социална изолация, като предоставя временен безплатен трафик до платформата Уча.се, абонатите на конкретни пакети имат свободен достъп до повече от 200 телевизинни канала и др. еднократни бонуси, изразяващи се в хиляди мегабайти мобилен интернет (А1, 2020).

- „ЗОО СОФИЯ“ 1888г. – предлага виртуални разходки, от които са се възползвали десетки хиляди посетители (Sofia Zoo, 2020).

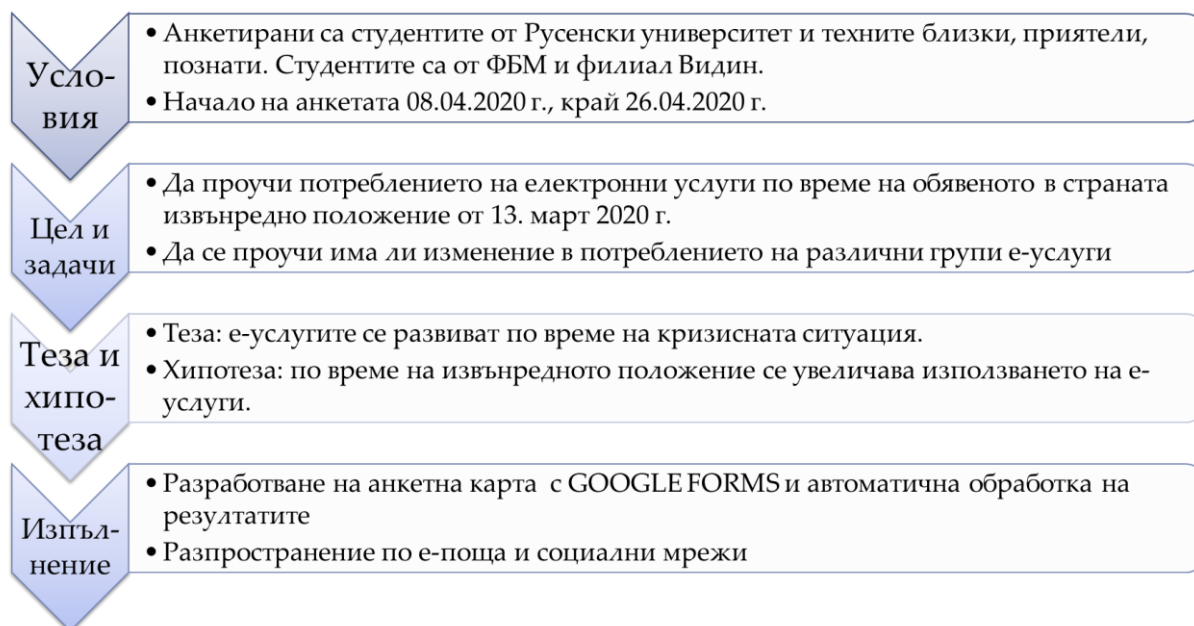
Прави впечатление, че извънредното положение предизвиква: нестандартни решения, неочаквани реакции, безвъзмездни акции. Благодарение именно на електронните услуги се запазва връзката между доставчици и потребители на административни, бизнес и развлекателни организации; преодоляват се ограничения и проблеми от различно естество.

Проучване, насочено към потребители на електронни услуги

Проведено е проучване за използването на електронни услуги по методика (фиг. 1), която е адаптирана от друго изследване (Nedyalkov, 2011).

Анкетното проучване е извършено в периода 08. – 26. април 2020 г. Анкетният формуляр съдържа пет въпроса, обхващащи използването на е-услуги, целите и

електронните устройства, както и три демографски въпроса за възраст, местоживееие и активност (трудова, учебна). Отзовали са се 320 респонденти в различни възрастови групи от под 20 до над 60 години. В случая при ниво на доверие 95% статистическата грешка е 5,43%.



Фиг. 1. Методика за проучване на потреблението на е-услуги по време на извънредното положение в България, обявено на 13. Март 2020

Таблица 1. Изменения при използването на е-услуги преди и след въвеждането на извънредно положение в страната (преди и след 13. Март 2020 г.)

Използвани е-услуги	преди (бр.)	преди (%)	по време (бр.)	по време (%)	изменение абсолютно	изменение относително
е-банкиране	166	51,9	171	53,4	5	1,5
е-обучение	68	21,3	194	60,6	126	39,3
е-пазаруване	205	61,4	173	54,1	-32	-7,3
е-услуги на местната администрация	43	13,4	45	14,1	2	0,7
е-услуги на държавната администрация	77	24,1	91	28,4	14	4,3
е-комуникация	279	87,2	295	92,2	16	5
други	4	1,2	5	1,5	1	0,3
никакви	10	3,1	0	0	-10	-3,1

Резултатите са обобщени в GOOGLE FORMS и за част от въпросите са извършени някои допълнителни изчисления, представени в Табл. 1. Става ясно, че най-голямо увеличение има при използването на електронно обучение. Преди въвеждането на извънредното положение 21,3% от анкетираниите са използвали подобни образователни електронни услуги, а след това цели 60,6%, т.е. ръст от около 40 процентни пункта. Не остава незабелязано намалението на електронното пазаруване с -7,3 процентни пункта, което може да се дължи на свиването на потреблението на стоки, които не са от първа необходимост, увеличаващата се несигурност за работните места и намалението на доходите. В извадката попадат 3.1%, които преди извънредното положение не са използвали електронни услуги, но след това те също стават потребители на електронни услуги.

На въпроса за личното усещане на респондентите 57,2% отговарят, че използват повече електронни услуги; почти 40% считат, че за тях няма промяна и според останалите почти 3% намалили са използването на е-услуги.

Електронните услуги се използват за лични нужди от 311 (97%) анкетирани, за служебни цели от 221 (69%) и за съдействие на по-възрастни хора – от 102 (32%) респонденти. Отговорите надхвърлят 100%, тъй като повечето респонденти отбелязват няколко опции.

Устройствата, чрез които се използват е-услуги са както следва: мобилен (смарт) телефон 92,2% (294), лаптоп – 67,1% (214), настолен компютър . 30,7% (96) и таблет – 11,9% (38). Голяма част от респондентите 66% (243) употребяват повече от едно устройство при използването на е-услуги.

Анкетираните са предимно работещи 51,2% (164), учащи 23,8% (76), едновременно работещи и учещи 15,9% (51), останалите 9,1% обхващат: безработни, пенсионери, самонаети, в отпуск по майчинство и др.

Най-голям е дялът на живеещите в областен град 252 анкетирани, които представляват 79,2%, останалите 20,8% са разпределени по равно в малки градове и села.

Възрастовата структура на респондентите, използващи електронни услуги е следната: 336,4% (116) на възраст 20-29 г.; 22,9% (73) 30-39 г.; 21% (67) 40-49 г.; 9,4% (30) 50-59 г.; 7,9% (25) до 19 г. и 2,5% (8) над 60 г.

Тези резултати служат като общо потвърждение на първоначалното предположение, че по време на извънредното положение се увеличава потреблението на електронни услуги. Препоръчва се по-детайлен анализ и проучване на зависимости, съпоставки по демографски признаци и изследване на хипотези, които да бъдат обект на допълнителна разработка.

Потенциални възможности за развитие и положителни трансформации по време на извънредното положение

Електронните услуги по дефиниция са базирани на технологии, а както твърди Тим О'Райли „*Технологиите са решението на човешките проблеми и няма да останем без работа, докато не отстраним проблемите.*“ (O'Reilly, 2017). Той не отрича, че технологиите могат да елиминират труда и да направят нещата по-евтини, но съветва в най-добрия случай да се използват, за да се създават неща, които преди това не са били възможни, дори такива, които са извън обхвата на човешко въображение. В тази връзка О'Райли препоръчва предприемачите да насочат вниманието си към търсене на отговори на въпроси като: (1) Как могат да бъдат използвани големи данни, сензори и изкуствен интелект за да бъдат създадени удивителни човешки преживявания и икономиката на бъдещето, правейки всички хора по-богати аналогично на инструментите от първата индустриална революция? (2) Кои са предприемаческите скокове, които ще позволят на хората да използват съвременните технологии, за да изградят по-добро, а не само по-ефикасно бъдеще?

Човечеството преживява перманентни промени в края на второто десетилетие от настоящия динамичен век, наситен с възходящи и низходящи движения. Опитът, както и примерите от първата част на изложението показват, че успяващите да се задържат „на гребена на вълната“ са тези, които намират възможности в кризите и успяват да реагират бързо и адекватно на извънредните ситуации с нестандартни решения.

Електронните услуги притежават необходимия потенциал за осъществяване на положителни промени, изразяващи се в пренастройване и/или трансформиране на процеси, за да се постигне от една страна запазване на здравето и живота на хората (сътрудници и потребители) и от друга страна продължаване на дейностите, независимо от драстичните промени в обективните обстоятелства.

Благодарение на електронните услуги се наблюдават положителни трансформации особено в сектори като хотелиерство и ресторантьорство, образование, административно обслужване.

- Мениджърите на някои ресторанти бързо се организираха, след като стана ясно, че не могат да обслужват клиенти на място и започнаха да предлагат доставки по домовете. Хотелите започнаха да предлагат предплатени ваучери за почивки в по-далечно бъдеще, когато пандемията се очаква да отшуми.

- Образованието в България „за няколко дена тайно и полека порасна на няколко века“. За една седмица университети и училища преминаха към онлайн обучение. Учебният процес протича от разстояние в електронна среда.

- Повечето администрации в България се насочиха към е-услуги и за кратко време настрояха своите процеси и системи за това.

Наложените промени за посочените примери имат за цел продължаване на дейността, запазвайки работните места на своите сътрудници, осигурявайки безопасност на служителите и потребителите, респективно обучаващите и обучаемите.

ИЗВОДИ

Аргументирано е, че след обявяването на извънредното положение се наблюдава значителен ръст в използването на електронни административни услуги, електронни услуги за свободното време, както и е-услуги, предлагани от финансови и бизнес организации на юридически и физически лица.

Установено е, че по време на извънредното положение всички анкетираните лица използват електронни услуги. Електронното обучение бележи най-голям ръст с 39,4 процентни пункта, а електронното пазаруване е намаляло със 7,3 процентни пункта. Издигнатата хипотеза се потвърждава от резултатите, сочещи увеличение при почти всички е-услуги (с изключение на е-пазаруването) и личното усещане на 57,2% от анкетираните, че използват повече електронни услуги. Електронните услуги са за лични цели на всички анкетираните, за служебни ангажменти при 2/3 и за съдействие на по-възрастни хора на 1/3 от респондентите.

Систематизирани са практики в бизнеса, публичната администрация и образователната система. Представени са примери за превръщане на кризата във възможност, изразяване на адекватни и бързи реакции в извънредна ситуация, светкавични трансформации и преминаване в един нов дигитален свят.

Основен извод: по време на извънредната кризисна ситуация е-услугите се развиват с голяма скорост и имат много потребители.

Основна препоръка: след отмяна на извънредното положение да продължи усъвършенстването на предлаганите от бизнеса и публичната администрация електронни услуги, тъй като съвременните дигитални услуги не само съхраняват здравето и живота на хората, преодоляват разстояния за кратко време и редуцират използването на материални ресурси.

REFERENCES

A1 (2020) A1 extends the digital solidarity campaign until the end of the state of emergency in the country URL: https://www.a1.bg/medien-tsentar-informatsia-zamediiite/mc/index/ma/view/infoblock_id/2739 (Accessed on 25.04.2020) (Оригинално заглавие: A1 удължава кампанията за дигитална солидарност до края на извънредното положение в страната).

Borica Bank Services (2020) Stay at Home! Sign Documents with Cloud Electronic Signature B-Trust, Free and Unlimited! URL: <https://www.borica.bg/latest/novini/ostanete-si-vkashti-podpisvayte-dokumenti-s-oblachen-elektronen-podpis-b-trust-bezplatno-i-neogranicheno> (Accessed on 25.04.2020) (Оригинално заглавие: Борика Банкови услуги (2020) Останете си вкъщи! Подписвайте документи с Облачен Електронен Подпис B-Trust, безплатно и неограничено!).

Dimitrova, I. (2019) Telecommunication Services in the Conditions of Digital Economy. *Management and Education*, 15(2), 151-159. (Оригинално заглавие: Димитрова, И. (2019). Телекомуникационните услуги в условията на дигитална икономика. *Управление и образование*, 15(2), 151-159).

Economy.bg (2020) Bulgarian software company supports international projects to combat COVID-19 URL: <https://www.economy.bg/innovations/view/39242/Bylgarska-softuerna-kompaniya-podkrepya-mezhdunarodni-proekti-za-borba-s-COVID-19> (Accessed on 29.04.2020)

(Оригинално заглавие: Българска софтуерна компания подкрепя международни проекти за борба с COVID-19).

Kuzmov, S. (2020a) Netflix is increasing its subscribers by 16 million due to quarantine. Capital URL: https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2020/04/22/4057590_netflix_uvelichava_abonatite_si_s_16 mln_zaradi/ (Accessed on 22.04.2020) (Оригинално заглавие: Кузмов, С. (2020) Netflix увеличава абонатите си с 16 млн. заради карантината. Капитал).

Kuzmov, S. (2020b) Google is also growing in the crisis. Capital URL: https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2020/04/29/4060687_google_raste_i_v_krizata/ (Accessed on 29.04.2020) (Оригинално заглавие: Кузмов, С. (2020) Google расте и в кризата. Капитал).

Kuzmov, S. (2020c) Microsoft benefits from quarantine. Capital URL: https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2020/04/29/4060687_google_raste_i_v_krizata/ (Accessed on 30.04.2020) (Оригинално заглавие: Кузмов, С. (2020) Microsoft печели от карантината. Капитал).

Ministry of Labor and Social Policy (2020) Nearly 7,000 people have benefited from the electronic services of the units of the MLSP. URL: <https://www.mlsp.government.bg/blizo-7000-dushi-sa-se-vzpolzvali-ot-elektronnite-uslugi-na-zvenata-na-mtsp> (Accessed on 30.04.2020) (Оригинално заглавие: Министерство на труда и социалната политика (2020) Близко 7000 души са се възползвали от електронните услуги на звената на МТСП).

National Assembly of the Republic of Bulgaria, (2020), The Parliament declared a nationwide state of emergency from 13 March to 13 April 2020, URL: <https://www.parliament.bg/en/news/ID/5051> (Accessed on 29.03.2020).

Nedyalkov, A. (2011). Methodology for Measuring Service Quality. Conference: Scientific-Technical Union of Mechanical Engineering Volume: 2 (122), pp. 228-337, ISSN 1313-7123 URL: (Accessed on .2020) (Оригинално заглавие: Недялков, А. Методика за измерване на качеството на услугите (DOI: 10.13140/2.1.2791.3285). В: Научни трудове от IX-та Международна научна конференция „Мениджмънт и инженеринг”, 2/122, София, 2011, стр. 228-237, ISBN 1310-3946).

NRA (2020) The Deadline for Declaring Income is April 30. URL: <https://nra.bg/news?id=4239> (Accessed on 25.04.2020) (Оригинално заглавие: НАП, (2020) Сроктът за обявяване на доходите е 30 април).

O'Reilly, T. (2017). *WTF?: What's the Future and Why It's Up to Us*. Harper Business.

State e-Government Agency (2020) More than 70,000 e-Services Have Been Requested for April Through the e-Service System URL: <https://e-gov.bg/wps/portal/agency/news/news-details/SSEV> (Accessed on 30.04.2020) (Оригинално заглавие: Над 70 000 са заявените електронни услуги за април през Системата за е-връчване).

Sofia Zoo (2020) The virtual tour of the Sofia Zoo has a record number of visits URL: zoosofia.eu/виртуалната-разходка-на-зоологическ/ (Accessed on 30.04.2020) (Оригинално заглавие: Зоологическа градина София, (2020) Виртуалната разходка на Зоологическа градина – София е с рекорден брой посещения).

THU-ONLINE-SSS-EM-03

PROFESSIONAL BURNING - A MAJOR THREAT FOR MEDICAL WORKERS IN THE CONDITIONS OF COVID 19³

Svilena Ruskova, PhD

Department of Management and Business Development

Faculty of Business and Management

“Angel Kanchev” University of Ruse

E-mail: sruskova@uni-ruse.bg

Ivalina Ruseva, PhD student

Department of Management and Business Development

Faculty of Business and Management

“Angel Kanchev” University of Ruse

E-mail: iruseva@uni-ruse.bg

Abstract: This report provides a theoretical overview of occupational burnout as a major threat to healthcare professionals in the wake of the devastating pandemic caused by Covid 19. Due to the state of emergency, some employees may also work remotely, but healthcare workers remain in their jobs, with a change in work and rest. In these circumstances, there is a shortage of staff, physical and mental overload, social exclusion and a real threat of infection. Fear, exhaustion and despair not only impair working capacity but, first and foremost, the health of healthcare professionals, creating a "favorable" basis for the emergence of professional burnout. It is therefore of particular importance that certain actions be taken to ensure prevention of occupational burnout syndrome.

Keywords: Burnout; Stress; Coronavirus Disease; COVID-19; Health Workforce; Human Resources for Health; Occupational Health;

ВЪВЕДЕНИЕ

В условията на пандемията на коронавирусната болест (COVID 19) здравните служители на първа линия са поставени пред изключително голямо физическо и психическо натоварване. Множество психосоциални стресори оказват негативно влияние върху психическото и емоционалното им здраве, увеличавайки многократно заплахата от поява на професионално изпепеляване.

Здравни работници от цял свят фокусират своите усилия за превенция, диагностика, предотвратяване разпространението и лечението на заразени пациенти с вируса COVID 19. **Всички те са изложени на риск**, докато се борят да защитят своите общности, често без необходимите лични предпазни средства, като маски и костюми за работа с опасни вещества и материали, които могат да ги предпазят от инфекции, за да могат да продължат своето основно призвание – да спасяват човешки животи.

Медицинския персонал често изпитва голямо натоварване, строги организационни разпоредби, по-малко време за справяне с професионалните предизвикателства, бързо развиваща се база от знания и липса на междуличностна подкрепа в ежедневието. В съчетание с въздействието на стресорите, породени от пандемията, списъкът с отрицателните аспекти на работата, свързана с организацията и съдържанието на труда, расте неимоверно, провокирайки поява на различностепенни показатели на изтощение.

Целта на настоящия доклад е да се изведат основните групи фактори, предразполагащи към появата на професионално изпепеляване, с помощта на което да се посочат и тактически насоки за превенция и снижаване нивата на професионален стрес на медицинския персонал, работещ под влиянието на условията на COVID 19.

³ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Професионално изпепеляване – основна заплахата за медицинския персонал в условията на COVID 19.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Синдромът „Професионално изпепеляване“ като болестта на XXI век

Професионалното изпепеляване е психологическо отдръпване, което се изразява едновременно в емоционално изтощение и социално отчуждение. Явлението на професионалното изпепеляване е източник на увеличаваща се деморализация и неефективност в професионалната среда на медицинските организации. Този нарастващ проблем за съвременното общество води до непрофесионални и неефективни поведения, като тревожност, раздразнителност, нетърпеливост и липса на емпатия. (Stoyanov, D., 2012)

Този феномен, определен като болестта на модерното общество, по начало е основен проблем в практиката на медицинския персонал, поради наличието на редица стресогенни фактори, оказващи негативен ефект върху физическото и психическото им благополучие. Но какво се случва в условията на разразилата се в момента по цял свят „буря“ причинена от вирус, официално обозначен като COVID 19? Недостигът на персонал, екстремното физическо и психическо натоварване, социалната изолация и особено реалната заплаха от заразяване увеличават многократно вероятността от емоционално изтощение и влошават не само работоспособността, но на първо място здравето на медицинските служители.

Всъщност Burnout синдромът занимава учените не от днес. Романът на Грем Грийн „Безнадежден случай“ (1960) дава повод на Хърбърт Фройденбергер през 1974 г. да въведе този термин в психологията. Първоначално под понятието бърнаут се подразбират отрицателните последици на професионалното претоварване, свързано с психическо изчерпване, вътрешно дистанциране и снижение на постиженията. По-късно започва да се говори за синдром на стрес при професии, които *помагат на хората* (т.нар. социалнозначими или „човек-човек“ професии в обслужващата сфера). (Freudenberger, H., 1974)

В резултат на свои наблюдения по време на войната във Виетнам и при служители в системата на социалните грижи, Х. Фройденбергер и К. Маслаш описват изпепеляването като изчерпване на емоционалните и адаптационни ресурси вследствие на кумулативното действие на съвкупност от стресогенни фактори на работната среда и дефицити на индивидуалния капацитет за справяне. Стресогенните фактори се покриват с диапазона на екстремалните ситуации, а индивидуалния профил на уязвимост се описва със занижен фрустрационен толеранс, слаб импулсен контрол и неустойчива мотивация. През призмата на организационната психология водещите прояви на изпепеляването се определят от неефективно справяне с текущите задължения, загуба на инициатива за самоусъвършенстване и подобряване на собствените постижения. (Freudenberger, H., 1974; Maslach, C., 1984)

След 1991 г. проблемите, свързани с професионалното прегаряне започват да се проучват и в България, като един от най-утвърдените изследователи в тази насока е Б. Ценова, определяща синдрома като индивидуално преживяване, което е функция на физическите и психологични ефекти от стреса, свързани с всекидневната трудова дейност. Той е специфична реакция вследствие на интензивна работа с други хора, при която професионалистите са „даващи“, а другите са „получаващи“ помощ. (Tsenova, B., 1993)

Към днешна дата Световната Здравна Организация (СЗО) признава професионалното изчерпване за болест. Феноменът се описва като „хроничен стрес в работна среда, който не е успешно овладян“. Професионалното изчерпване се характеризира с три елемента: чувство на изтощение, с цинизъм и отрицателни чувства, свързани с работата и с понижена професионална работоспособност. Диагностичният му еквивалент е QD85, съгласно новата международна класификация на болестите CIP 11-то издание, която влиза в сила от 01.01.2022 г.. (https://www.who.int/mental_health/evidence/burn-out/en/)

От тук следва да се обобщи, че синдромът на професионалното изпепеляване не е стрес сам по себе си, а **резултат от хроничен стрес**, породен от отношението „помагащ-зависим“, специфично за родовете професии, означавани като „човек-човек“. При тях, за разлика от „човек-машина“ професиите се изисква инвестиране освен на когнитивни ресурси (внимание, памет, мислене) и на емоционална енергия. Това води до промяна в

преживяванията и поведението на човека, свойствена за изчерпване на емоционалния му тонус поради преразход на психична енергия. Затова е необходимо да се отчете голямото многообразие на фактори, които обуславят този преразход. В резултат анализа на литературните източници, тези фактори най-общо могат да се разделят в две групи – индивидуални и ситуационни. (Вж. Таблица 1) (Dinkov, M., 2016)

Таблица 1. Причини за поява на синдром на професионално изчерпване

Индивидуални фактори	Ситуационни фактори
Възраст – младите хора са по-податливи на емоционално изтощение	Конфликт между функционалните изисквания
Високи лични очаквания	Неопределена роля и социални отговорности
Високо ниво на ангажираност, себеотрицание и идеализъм	Работно претоварване
Нужда от упоритост в работата	Работни усилия
Необходимост от демонстриране на богатство	Междучелностни конфликти (с клиенти, колеги, в семейството)
Поведение, ориентирано към постигане на целите	Липса на ресурси
Неспособност да се казва „НЕ“	Липса на необходимите знания и умения за изпълнение на задълженията
Трудности при делегирането на отговорности	Фактори, свързани с работното място, като нереалистични цели, липса на самостоятелност при вземане на решение
Предразположеност към саможертва	Липса на признание
Нагласа за даване, а не за получаване	Липса на социална подкрепа
По-голямо психическо натоварване поради необходимост от придобиване на голям обем от знания	Екстремални стресори, характерни за високо диференцираните професии, водещи до високо напрежение

*Тази таблица е доразвита и обогатена от авторите на настоящия доклад

Провеждането на редица изследвания доказва, че ситуационните фактори имат по-силно влияние върху психическото изтощение на една личност, отколкото индивидуалните. Към изброените по-горе ситуационни фактори е особено важно да се подчертае и наличието на екстремални ситуации, характерни за високо-диференцираните професии, каквато е лекарската. Те се характеризират с преживяване за напрежение, което на свой ред е функция от трудността и опасността на задачата. Като една следваща степен на опасност се схваща рискът – за собственият живот и за живота и здравето на околните, който се разглежда като преобладаващия екстрем за медицинската професия.

От изложеното става ясно, че феноменът може да бъде наблюдаван като концепт, чието съществуване не е ново, но чието разпространение може да се наблюдава основно в помагащите професии. През последните години интензивно се наблюдава в сектора на здравеопазването, където е налице присъствието на многообразни стресори, обуславящи перманентната проява на хроничен стрес. При това този хроничен стрес, често се пренася и в семейството, като по този начин зародилят се в работната среда професионален бърнаут може да доведе до битов бърнаут, където не само ще внесе дисхармония в семейните отношения, но и ще компрометира шанса на семейството да функционира адекватно на потребностите си като микрогрупова единица. Битовият бърнаут на свой ред ще се отрази

върху функционирането в служебната среда, водейки до затварянето на един своеобразен порочен кръг, който има свойството да се самоподкрепя и самогенерира. (Piseva, D., 2005)

2. История на Covid 19 и неговите последствия за медицинския персонал

На фона на честото присъствие на описаният по-горе стрес в медицинската практика, в навечерието на тази Нова година китайските власти сигнализират Световната здравна организация за взрив, причинен от непознат щам на коронавирус, водещ до трудно за овладяване заболяване. Първото съобщение за заразени работници от уханския пазар за морска храна е направено на 31 декември 2019 г. В средата на януари 2020 г. няколко страни в Европа, Северна Америка и най-вече Азиатско-Тихоокеанския район също съобщават за случаи на 2019-nCoV. Към 7 март в Европа са регистрирани над 10 000 души, а към 8 март – вече са над 12 000. На 11 март 2020 г. Световната здравна организация обявява заразата с COVID 19 за **пандемия**. (<https://www.who.int/csr/don/05-january-2020-pneumonia-of-unknown-cause-china/en/>), (<https://www.who.int/who-documents-detail/disability-considerations-during-the-covid-19-outbreak>)

На 8 март са регистрирани и първите два случая на заразени в България. Пет дена по-късно на цялата територия на Република България е въведено извънредно положение, в сила от 13 март 2020 г. до 13 май 2020 г., а основна препоръка по време на кризисната ситуация е спазването на социална изолация.

(https://www.mh.government.bg/media/filer_public/2020/03/13/rd-01-124-vuvejdane-protiepidemichni-merki.pdf)

В тези пандемични условия, където част от служителите могат да работят дистанционно, здравните служители остават на своите работни места, при това не малък брой от тях са на „фронтната линия“, където всекидневно се срещат с опасния враг и често се питат не дали, а кога ще се разболеят. Тежките дежурства, ежедневната среща с болестта и изолацията неминуемо предизвикват страх и изтощение, т.е. носят огромен негативен заряд.

Наред с това особено актуален остава и въпросът с недостига на предпазни средства, което допълнително засилва страха от заразяване. Не е за пренебрегване факта, че голяма част от здравните работници живеят изолирани от семействата си или под непрекъснато напрежение дали няма да внесът заразата отвън в домовете си. Психическото и физическо натоварване на същите тези медицински служители расте главоломно, паралелно с недостатъчната морална и материална мотивация. И ако направим паралел с описаните по-горе причини за развитие на професионално изпепеляване, се установява, че почти всички изброени предпоставки при тази кризисна ситуация са налице. С особена сила действат работното претоварване, работните усилия, неопределената роля и социалните отговорности, липсата на ресурси – недостигът на персонал, болнични легла, предпазни средства и още повече липсата на социална подкрепа. (Вж. Таблица 2)

Таблица 2. Основни източници на стрес при здравния персонал, работещ в условията на COVID 19

<i>Индивидуални фактори</i>	<i>Ситуационни фактори</i>
Високо ниво на ангажираност	Работно претоварване
Психическо и физическо напрежение	Неопределена роля и социални отговорности
Изтощение и страх от заразяване	Липса на ресурси – персонал, болнични легла и предпазни средства
Социална изолация	Липса на социална подкрепа

В опита на служителите за адаптация към тази ситуация са възможни фрустрация и смесване на роли. Фокусът е върху „свършването на работата“, което може да доведе до лоша комуникация и работа в изолация. Персоналът работи на пълни обороти, в някои случаи „на автопилот“ и при високи нива на адреналин, като при това е възможно да

пренебрегне физическите и психологическите си нужди, смятайки че те не са приоритет. Намаляването на персонала и невъзможността му да действа и реагира според етичния код, при което смъртта и умираването вече не се посрещат, както обичайно (и с участието на семейството и близките), би могло да доведе до деморализиране и морални щети.

На практика това, което се наблюдава, в тази ситуация, е действително разминаване между изискванията на средата и наличните ресурси на индивида, като в резултат заплахата се явява не само опасността от заразяване, но и появата на професионално изпепеляване. Казано по друг начин, служебните задължения на медицинските служители на първа линия предполагат инвестиране на големи количества физически и психически ресурси без достатъчна възвръщаемост и това неминуемо увеличава опасността от появата на „банкрут“ на личността, в емоционално и волево отношение, поради изчерпване на резервите за справяне.

3. Стратегически и тактически насоки за минимизиране на риска от появата на професионално изтощение

Професията на медицинските специалисти е уникална по своята същност, свързана с грижата за най-ценното човешко благо – здравето на хората, но както беше споменато, под условията на COVID 19, се оказва пренаситена с психическо и физическо натоварване. Поради тази причина **превенцията** срещу появата на професионално изпепеляване винаги трябва да стои на първо място и се разглежда като базисна стратегия за ограничаване на риска от неговата поява.

Превенцията може да приеме различни форми и да се прилага на различни нива. Тя следва да се основава на факторите, които генерират и насърчават здравословни условия на труд и запазване на здравето на работното място. До голяма степен може да бъде осъществена чрез въвеждане на организационно реструктуриране и активни тактики за справяне. Със заповед на здравния министър Кирил Ананиев, такава реорганизация вече може да се наблюдава в повечето столични и общински болници (Военномедицинска академия, УМБАЛСМ "Н.И.Пирогов", Университетска болница „Александровска“, МБАЛ "Света София", Национална многопрофилна транспортна болница „Цар Борис III“ УМБАЛ „Проф. Ст. Киркович“ и др.). (https://www.mh.government.bg/media/filer_public/2020/03/11/rd-01-121.pdf)

Паралелно с това, в стремежа си да подпомогнат медиците в борбата срещу вируса, голяма част от организациите в България адаптираха своята работа, за да ги снабдят с така необходимите предпазни средства. Русенски университет „Ангел Кънчев“ също указва подкрепа, използвайки своя база, за да произведе и предостави безвъзмездно предпазни шлемове. (<https://www.uni-ruse.bg/news/Lists/List/DispForm.aspx?ID=1706>) Подобни **доброволни инициативи** предприеха и много други стопански и нестопански организации. По този начин, осигурявайки защита на здравните работници, всъщност им се осигури и доза спокойствие. Такива жестове в помощ на обществото могат да бъдат определени и като форма на корпоративна социална отговорност, тъй като развитието на бизнеса по начало е неразривно свързано с благосъстоянието на обществото (Antonova, D., 2017), а консолидирането на социално отговорните практики винаги е било и трябва да остане в рамките на доброволните инициативи. (Kunev, S., Kostadinova, I., Stoycheva, B., 2017)

Активните тактики от своя страна целят трансформиране на ситуацията и индиректно въздействие върху емоциите – положителна оценка и самооценка на личността, и вътрешна мотивация. Към тях можем да отнасяме:

- На първо място т. нар. „видимо“ ръководство. То се изразява в необходимостта ръководителите да са видими, достъпни и подкрепящи, да напътстват служителите си, когато е възможно, във връзка с нужните им ресурси, колкото и базисни да са те (да си починат, да поговорят със семействата си).
- На второ място – осигуряване на постоянен достъп до подsigуряващи физическото здраве ресурси и по-конкретно адекватни средства за защита; адекватни тренинги; защитени места за отпих, релаксация, плач; 24 часов достъп до храна и напитки; достатъчно сън.

- На трето място – изграждане на комуникативна стратегия, която да осигури общуване с подчинените служители по прост и ясен начин, и активното им окуражаване да изразяват своите тревоги и страхове.

- На четвърто място – психологическа грижа и социална подкрепа. Наложилата се над целият свят пандемия ни дистанцира в социално отношение, но това не значи че здравните работници не трябва да получават такава. Във всяко лечебно заведение би могло да се осигури защитено пространство, в което болничния персонал да прекарва време заедно, макар и за кратко. Паралелно с това могат да се създадат механизми на колегиална подкрепа чрез всекидневно разпределение на служителите в екипи, при което всеки е отговорен да се грижи за партньора си. (<https://covidresource-bg.org/traumagrouprecommendations>)

От казаното до тук следва да се обобщи, че настоящата кризисна ситуация се оказва изключително благоприятна основа за поява на различностепенни показатели на изтощение и професионално изпепеляване сред медицинския персонал. В условията на COVID 19 здравните служители на първа линия са принудени да излязат от обичайните си режими на труд и почивка, работейки по-дълги часове. В същото време може да се наблюдава и повишено напрежение между професионалния и личния живот, тъй като семействата на същите тези служители също са под стрес. Част от персонала буквално живее на работното си място лишен от възможността да прегърне децата, родителите, семейството си. Социалните норми на поведение са разклатени, при което дадени поведенчески реакции могат да създадат трудности в колектива. Поради тази причина е твърде важно да се осигури необходимата морална и материална мотивация, чрез която да се подкрепи медицинския персонал, за да има кой да подкрепи нас.

ИЗВОДИ

На базата на направеният теоретичен обзор могат да бъдат изведени следните конкретни изводи:

- Професионалното изпепеляване е психологически синдром, който възниква в отговор на интензивно и продължително въздействие на стресори от работната среда и се изразява със значимо снижаване на работоспособността, хронична умора и затруднения в справянето с жизнените потребности.

- Изложени на по-висок риск от професионално изпепеляване са социалнозначимите професии в обслужващата сфера, които изискват инвестиране освен на когнитивни ресурси (внимание, памет, мислене) и на емоционална енергия. Това води до промяна в преживяванията и поведението на човека, свойствена за изчерпване на емоционалния му тонус поради преразход на психична енергия.

- В условията на разпространяващата се и с трудноконтролируеми размери по цял свят буря, причинена от вируса COVID 19, здравните служители, преди всичко тези на първа линия не само, че присъстват в списъка на предразположените към синдрома на професионално изпепеляване, но и заемат челно място в него, поради работно претоварване. Освен вече широко познатия набор от индивидуални и организационни фактори, разглеждани като предпоставка за изпадане в състояние на бърнаут се включват и специфични такива, породени от конкретната епидемиологична ситуация. Към тях може да бъдат отнесени: недостиг на ресурси, липса на социална подкрепа в съчетание със страх, изтощение и отчаяние.

- Необходимо е осигуряването на адекватна превенция във възможно най-кратки срокове за медиците на първа линия в борбата с пандемията. Целта е с нейна помощ да се снижи риска от появата на професионално изпепеляване.

- Мерките за постигането на тази цел са свързани с предоставяне на: подсигуриращи физическото здраве ресурси, адекватни тренинги, защитени места за отдых и релаксация, насърчаване на служителите открито да изразяват своите страхове и тревоги. Така ще се постигне освобождаване от натрупания негативен заряд и адекватно и своевременно

изпълнение на основното призвание на медицинските служители, а именно – спасяването на човешки животи.

REFERENCES

Antonova, D. (2017). "Common understanding of corporate social responsibility in Bulgaria", *Analele Universității "Eftimie Murgu" Reșița. Fascicola II Studii Economice, Anul XXIV.* (**Оригинално заглавие:** Антонова, Д. 2017. *Общо разбиране на корпоративна социална отговорност в България, Летописи на университета "Ефтимие Мургу" в Резита. Издание II Икономически изследвания*)

Dinkov, M. (2016). "Burnout - Professional Exhaustion Syndrome or Modern Employee Syndrome", *Edition: Yearbook. DA Tsenov - Svishtov Academy of Economics, issue 119* (**Оригинално заглавие:** Динков, М. 2016. *Бърнаут - Синдром на професионално изчерпване или синдром на съвременния служител, Издание: Годишник. Стопанска академия Д. А. Ценов - Свищов, бр.119*)

Kunev, S., Kostadinova, I., Stoycheva, B. (2017). "Business governance and corporate social responsibility in Bulgaria". *Analele Universității "Eftimie Murgu" Reșița. Fascicola II Studii Economice, Anul XXIV.* (**Оригинално заглавие:** Кунев, С., Костадинова, И., Стойчева, В. 2017) *Бизнес управление и корпоративно социално отговорност в България, Летописи на университета "Ефтимие Мургу" в Резита. Издание II Икономически изследвания*)

Piseva, D. (2005). "Psychopathology in Extreme Work and Life Conditions", In: *Psychiatry and Psychology* (**Оригинално заглавие:** Писева, Д. 2005. *Психопатология при екстремални условия на труд и бит, В: Психиатрия и психология*)

Stoyanov, D. (2012). "Personality, psychoclimate and ash syndrome", *East-West Publishing House* (**Оригинално заглавие:** Стоянов, Д., 2012. *Личност, психоклимат и синдром на професионалното изнепеляване, изд. „Изток-Запад“*).

Tsenova, B. (1993). "The Burnout Phenomenon", *Bulgarian Journal of Psychology №4* (**Оригинално заглавие:** Ценова, Б., 1993. *Феноменът „Бърнаут“, Българско списание по психология №4*).

Freudenberger, H. (1974). "Staff Burnout", *Journal of Social Issues, Vol. 30(1).*

Maslach, C., Jackson, S. (1984) - "Burnout in organizational settings", *Applied Social Psychology Annual, Vol.5.*

https://www.who.int/mental_health/evidence/burn-out/en/, (Accessed on 29.04.2020).

<https://www.who.int/csr/don/05-january-2020-pneumonia-of-unknown-cause-china/en/>, (Accessed on 30.04.2020)

<https://www.who.int/who-documents-detail/disability-considerations-during-the-covid-19-outbreak>, (Accessed on 30.04.2020)

https://www.mh.government.bg/media/filer_public/2020/03/13/rd-01-124-vuvejdane-protiepidemichni-merki.pdf , (Accessed on 30.04.2020)

https://www.mh.government.bg/media/filer_public/2020/03/11/rd-01-121.pdf , (Accessed on 30.04.2020)

<https://www.uni-ruse.bg/news/Lists/List/DispForm.aspx?ID=1706&ContentTypeId=0x0104002972E1D6718E334891072249DBCED816> , (Accessed on 30.04.2020)

<https://covidresource-bg.org/traumagrouprecommendations/>, (Accessed on 30.04.2020).

THU-ONLINE-SSS-EM-04

CO-MENAGEMENT - A TOOL FOR IMPROVING WORK WITH VULNERABLE GROUPS DURING A PANDEMIC⁴

Assoc. Prof. Svilena Ruskova, PhD

Department of Business and Management,

University of Ruse "Angel Kanchev"

Phone: 0878 357 711

E-mail: sruskova@uni-ruse.bg

Dima Spasova – PhD Student

Department of Business and Management,

University of Ruse "Angel Kanchev"

Tel.: +359 887 660 611

E-mail: dspasova@uni-ruse.bg

Abstract: From the beginning of 2020 modern society has been facing a serious trial. Almost all countries around the world are affected by the Corona virus that is spreading at a rapid pace. Covid-19 has put the lives of a lot of people in serious danger, among who especially of those over 65 and of single parents who take care of their children on their own. The actions undertaken by the majority of the countries around the world show that in order to deal effectively with this problem both authorities and society have to unite their knowledge and experience. The purpose of this report is to show the advantages of the implementation of the practical model of joint management in overcoming the negative consequences of the pandemic on the vulnerable society groups.

Keywords: Co-management, pandemic, vulnerable groups

ВЪВЕДЕНИЕ

Съвременното общество в последните месеци е изправено пред сериозно изпитание. Почти всички държави са засегнати от коронавируса, който се разпространява с бързи темпове. За първи път вирусът е изолиран в Китай през декември 2019 година, когато в китайската община Ухан избухва епидемия, която през следващите два месеца обхваща както Китай, така и целия свят. До март 2020 г. всички държави – членки на ЕС, докладват случаи на COVID-19.

Разпространението на коронавируса COVID-19 по света е обявено за пандемия от Световната здравна организация. „COVID-19 е безпрецедентна пандемия, която изисква извънредна световна солидарност за спешни действия“, заявява генералният директор на СЗО Тедрос Аданом Гебрейесус. (<https://www.unicef.org/bulgaria>)

Предприемат се действия за смекчаване на социално-икономическите последици от COVID-19 и за опазване здравето на гражданите, което е основен приоритет на правителствата по света. Регулирането на общественно-политическия живот по време на криза поставя пред изпитание всички държавни институции по света. Необходими са бързи и адекватни действия, които да подпомогнат държавните власти в процеса на справяне с тази нова за света пандемия.

Действията на повечето държави показват, че ефективното справяне с този проблем изисква обединяването на знанията и натрупания опит както на държавните власти, така и на обществото.

Един от възможните инструменти за справяне с тази ситуация и намиране на най-правилните решения, чрез включване на различни заинтересовани страни, е подходът на

⁴ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Съвместното управление - инструмент за подобряване работата с уязвими групи по време на пандемия.

съвместното управление или т. нар. ко-мениджмънт. Това е концепция за управлението, която става все по-популярна през последните няколко години, поради многото предимства, с които се характеризира. Неговото правилно приложение, включващо ефективното управление и използване на ресурсите от различни заинтересованите страни, осигурява както нормативни, така и обективни ползи.

Важен момент, който не бива да се пренебрегва е, че обществото и по-конкретно ползвателите на ресурси, често разполагат със знания, които могат да помогнат на правителствата в процеса на вземане на решения. Резултатността от приложението на ко-мениджмънта се заключава в това, че когато обществото се включи в процеса на разработване и прилагане на новите закони и решения, след това е по-склонно да се съобразява и гарантира тяхното спазване. (Nenova G., Petkova M., 2018)

Целта на настоящия доклад е да се изведат придимствата от прилагането на подхода за съвместно управление при преодоляване на негативните последици от пандемията върху уязвимите групи от обществото.

Преди да се премине към разглеждане на основните аргументи, които да подкрепят тезата, че успешното справяне с пандемията изисква знанията и ресурсите, както на държавните институции, така и усилията на гражданското общество, ще дефинираме основните понятия, включени в последващото изложение.

Ко-мениджмънт – това е подход, който се свързва с идеята, че отговорността за управлението на един ресурс се споделя между заинтересованите групи потребители, обществото и правителството, които са участници в процесите на вземане на конкретни решения, тяхното внедряване и прилагане, както и потребители на резултатите от тези решения. Световната банка (1999) определя съвместното управление като: „споделяне на отговорностите, правата и задълженията между основните заинтересовани страни, по-специално местните общности и държавата; децентрализиран подход към вземането на равноправни решения от страна на местните потребители и държавата“.

Уязвими групи- това са групи от обществото, които са изправени пред по-висок риск от бедност и социално изключване от обичайния за населението. В тази категория се включват: етническите малцинства; мигрантите; хората с увреждания; бездомните; хората, страдащи от зависимости; самотните възрастни; децата, лишени от родителска грижа. Основни проблеми, наблюдавани при тези групи са ниско образование, безработица или недостатъчна заетост.

Пандемия (от гръцки: παν, pan – „всички“ и δῆμος, demos – „хора“) е проява на инфекциозно заболяване, което се разпространява сред населението на определен обширен географски регион, континент или по целия свят, като се заразяват много хора.

COVID-19 постави живота на много хора в сериозна опасност, сред тях най-вече тези над 65-те години и родители, които отглеждат сами своите деца. Много от тях са в състояние на уединение и изолация, като не могат да се справят автономно с основните дейности в ежедневието. Именно в помощ на тези уязвими групи следва да се предприемат действия по изграждане на мрежи за сътрудничество, основани на подхода за съвместно управление.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Исторически преглед на мерките за справяне с възникнали пандемии по българските земи до първата Световна война

В световен мащаб най-известните пандемии са от тиф, чума, холера и грип. Тези епидемии са подробно разгледани в много исторически и литературни източници. В тази публикация ще бъдат разгледани малка част от тези пандемии и то в аспекта, как засягат нашата държава в периода на тяхното разпространение и какви мерки са предприети в отделните нива на държавното управление за преодоляване на негативните последици.

Нашите територии от древността са популярни със своите лечебни заведения. Първите познати сведения за медицински грижи са свързани с траките и техните методи за справяне с болестите. След това римляните използват успешно местните условия, за да лекуват своите граждани, които населяват днешните български земи. (Spasov, R., 2020)

През Средновековието на териториите, които обхващат българския етнос, грижата за болните, създаването на лечебни заведения и противодействието на разпространение на епидемии е поето от църквата.

След завладяването на българските земи от турците след 1396 г., България става част от Османската империя. Русе е един от градовете на територията на Османската империя по онова време, на който ще бъде обърната по-детайлно внимание по отношение мерките вземани от месните власти за справяне с пандемии, върлували по време на османското присъствие по нашите земи.

През периода на Българското възраждане нараства интересът към просветата и образованието, а макар и по-слабо, съответно и към здравните грижи. Успешната борба за църковна самостоятелност създава възможност за бързо разрастване на училищните и културни въждания на българите. Например в чл. 98 от Екзархийски устав (1871 г.), който се отнася до правата на Екзархийския съвет се казва: "Дава мнение и полага старание за съзиждане и учредение на духовни училища, манастири, болници и други обществени заведения", а чл. 99 определя същите права и задължения на местните епархийски смесени съвети. (Bozhilova, K., 2012)

След Освобождението на България (1878 г.) организирането на модерната здравна система се осъществява чрез проектите "Соображения об устройстве медицинской части" и "За санитарните власти". Това са "Временни правила за устройството на медицинското управление в България". Двата документа са приети на 1 февруари 1879 г. и се смятат за основа на нормативната уредба на младата държава. (Spasov, R., 2020).

Същевременно до началото на Балканската война (1912 г.) и последвалите я Междусъюзинческа (1913 г.) и Първа световна война, според статистиката едва 675 лекари практикуват най-хуманната професия в страната при население от 3 137 505 човека, а от началото на XX век в чужбина образование получават едва около 20 души, които започват да работят у нас като медици. (Spasov, R., 2020)

Липсата на лекари затрудняват както лечението на населението, така и предприемането на противоепидемиологични мерки за справяне с разпространението на заразни болести.

Какво се случва в Русе по време на световните епидемии, проследяват историците Теодора Бакърджиева и Толя Чорбаджиева.

Теодора Бакърджиева, описва някои епидемии, които засягат дунавския град в периода XIV – XIX век. (Bakardzhieva, T., 2013)

С най-детайлна информация за мерките, предприемани от местното управление в борбата с разпространението на болестите има за XIX в. Тогава значимостта на Русе нараства и той се превръща в главен град на създадения през 1864 г. Дунавски вилает. По това време в пределите на империята върлува епидемия от холера. Въпреки взетите карантинни мерки тази тежка епидемия застига населеното място през лятото на 1865 г., което налага да се създаде комисия за борба с болестта:

"Според изследователите на епидемичните заболявания първите ефикасни карантинни мерки, въведени в Османската империя, били провокирани от холерата. Карантинната служба се оглавява от австрийски лекари и едно от първите й сериозни мероприятия било създаването на карантинни постове, чиято дейност била подчинена на строги правила. Такива били създадени във всички крайдунавски градове, включително и в Русе. (Bakardzhieva, T., 2001)

Толя Чорбаджиева проследява противоепидемиологичните мерки след 1878 г. на базата на документи от Държавен архив – Русе. Повече информация се открива за периода между двете световни войни, тъй като и след двете в града върлуват няколко силно заразни болести. През 1918 г. в последните месеци на Първата световна война (1914-1918 г.), започва масовото разпространение сред русенци на Инфлуенца или т. нар. Испански грип. В града се разпространяват листовки с информация разясняваща симптомите, средствата за предпазване и лечение на болестта. (<http://free-spirit-city.eu/ruse-i-borbata-mu-s-epidemiite-v-minaloto>)

Междувременно коремна тиф се разпространява в Русе на няколко пъти между двете световни войни. Заради "невъзможно и гибелно състояние в хигиенистическо и здравословно

отношение на русенските улици”, управата на града спешно дава своите разпореждания. Подобро е събирането и изхвърлянето на боклука от заведенията и къщите, за да не се затрупват със смет улиците, площадите и обществените места. (<http://free-spirit-city.eu/ruse-i-borbata-mu-s-epidemiite-v-minaloto>)

При този кратък исторически обзор на преодоляване на епидемиите по българските земи, става ясно, че основна роля в управлението на този процес играят държавата и общините. До този момент трудно се намира информация за включването на други ресурси в борбата с болестите, с изключение на дейността на Българската екзархия.

2. Съвместното управление- инструмент за вземане на по-ефективни мерки с пандемията

Предвид развитието на гражданското общество през последните години и децентрализацията на местното самоуправление, при борбата с Ковид 19, се забелязва активното участие както на държавните и общински структури, така на частния сектор и гражданските организации.

Характерно, както и при останалите пандемии основна роля за преодоляване на негативните последици от коронавируса имат държавата и общините.

Приема се Закон за мерките и действията по време на извънредното положение (ЗМДВИП), който е обнародван на 24.03.2020 година. С оглед на извънредното положение в страната, са предвидени редица мерки и действия, целящи облекчаване неблагоприятното положение, в което са поставени гражданите и юридическите лица в резултат на създалата се в страната ситуация с COVID 19.

В рамките на обявеното извънредно положение българското правителство представя и редица мерки за ограничаване на разпространението на COVID-19 и за ефективното подпомагане и грижа за хората, които то ще засегне. Основно действията са насочени към опазване на живота и здравето на населението, медицинския и немедицински персонал, както и мерки, насочени към възрастните хора и част от бизнеса.

Програмата за предоставяне на топъл обяд за нуждаещи се е удължена до 19 юни 2020 г. За целта на Агенцията за социално подпомагане са отпуснати 5,1 млн. лв. от държавния бюджет, като разчетите са средствата да покрият нуждите на около 50 000 души. Общини и райони на общини ще могат да кандидатстват за финансиране, като трябва да направят подбор на потребителите на услугата.

От топъл обяд могат да се възползват самотноживеещи възрастни, хора с увреждания и с доходи под линията на бедност. Общините използват всички възможности за подбор - сигнали от граждани, отворена телефонна линия, информация от доставчици на социални услуги и институции и др., за да се гарантира, че помощта ще достигне до най- нуждаещите се. (<http://www.mlsp.government.bg/public/index.php/topl-obyad>)

Министерството на труда и социалната политика отделя допълнително 45 млн. лева по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ ОПРЧР в подкрепа на самотно живеещи възрастни и хора с увреждания. Общините кандидатстват, за да получат финансиране за патронажна грижа. (<http://www.mlsp.government.bg/public/index.php/s-45-mln-lv>)

По Оперативната програма за храни, финансирана от Фонда за европейско подпомагане на най-нуждаещите се лица са раздадени пакети с хранителни продукти. Кампанията по осигуряването и предоставянето на пакетите се реализира в партньорство между Агенцията за социално подпомагане и Българския Червен кръст. Индивидуалните пакети са със средно тегло до 30 кг и съдържат продукти като брашно, олио, ориз, консерви и др.

На местно ниво се отчита голяма активност за преодоляване на негативните последици за уязвимите групи. Община Русе предприема активни действия за ограничаване на негативното влияние на пандемията върху уязвимите групи. Мерките, които общината предприема във връзка с новия закон и издадените от правителството заповеди, включват и мерки, които да защитят възрастните и хората с увреждания.

Открити са горещи телефонни линии за пандемията COVID-19 - за информация във връзка с кризата и за граждани, които се нуждаят от помощ за снабдяване с хранителни

продукти, лекарства и други. Разширена е и дейността на Социалния патронаж – в обществената трапезария се приготвят допълнителни порции топла храна.

Община Русе успешно организира желаещи доброволци и разпредели получени материални дарения.

Гражданските организации в социалната сфера също са на първа линия и да подкрепят активно своите групи. Новите условия са трудни за всички, но по-голямата част от тях непрекъснато търсят начини да адаптират дейността си и да намират нови, адекватни решения.

Над 800 000 лв. за подкрепа на местни общности в България, пострадали от кризата с коронавируса разпредели Фонд "Обединени срещу COVID-19". Зад фонда са обединени няколко организации - Български дарителски форум, Фондация "Америка за България", Посолството на САЩ в България и Американската търговска камара в България. Двадесет и една компании, фондации и физически лица вече са направили дарение на фонда за финансиране на проекти за преодоляване както на здравните, така и на социалните аспекти на епидемията.

Български център за нестопанско право издаде доклад, в който очерта основните посоки на засягане дейността на гражданските организации средата, в която работят, в резултат на пандемията COVID-19. В него са включени обобщени данни за състоянието на сектора, конкретни примери за дейността на организациите в кризата, нагласи и очаквания спрямо настоящето и бъдещето през призмата на социално-икономическите последици предизвикани от COVID-19. Кризата предизвиква невероятна вълна на съпричастност и солидарност, която води до събиране на милиони за справяне със ситуацията, до привличане на хиляди доброволци и безброй примери за действия на подкрепа. Във всички тези акции се включват, а в много от случаи те и са организирани от граждански организации. Реализират се кампании и действия с мащаби, които в предходните времена бяха рядкост или дори не мислими за организациите в България. (<http://bcnl.org/analyses/grazhdanskiyat-sektor-sled-nachaloto-na-krizata-s-covid-19.html>)

Всички тези примери са индикация за поставянето на основи за изграждане на една ефективно действаща мрежа за сътрудничество, изградена на принципите за съвместно управление. От по-горе представеното изложение става ясно, че държавният и гражданският сектор активно се включват в борбата с пандемията, като водеща роля играе държавата, но не по-малка е ролята и активността на множеството неправителствени и доброволчески организации, който също са участници в този процес.

ИЗВОДИ

- В съвременния свят инструментариумът на ко-мениджмънта става все по-популярен. Едно от възможните направления на неговото приложение е свързано с решаването на въпроси, касаещи управлението при работа с уязвими групи. Предимството на така изграждащите се мрежи на сътрудничество е техният обхват на действие, тъй като в тях се включват възможно най-богата гама от заинтересовани страни- органи на държавната и местната власт, бизнес организации и представители на гражданското общество.

- Разгледана в исторически план ролята на държавата и местните власти е определяща при решаването на управленски въпросите, касаещи подборът на подходящи мерки за борба със зарази, причиняващи тежки пандемични условия.

- Формирането и функционирането на мрежи за сътрудничество, основани на принципите на съвместното управление, подпомага процесите на планиране, организиране, координиране и контрол, както при разпределянето на задачите между участниците, така и в обмена, правилното разпределяне и използване на ресурси. Тези нови структури, включващи пълната гама от заинтересовани страни може да се разглежда като гаранция за подобряване процесът на решаване на проблеми, които възникват при работата с уязвимите групи по време на пандемия.

- Основната препоръка, която може да бъде направена въз основа на натрупания до сега полеви опит с цел подобряване дейността на спонтанно формиралите се мрежи за

сътрудничество у нас в условията на пандемията с COVID 19 е да се предприемат действия в посока подобряване комуникацията между участниците в мрежата, както на национално, така и на местно ниво.

REFERENCES

Bakardzhieva, T. (2013) Russe – the town and the people, Ruse, Avangard print, (**Оригинално заглавие:** Бакърджиева, Т. 2013. Русе – градът и хората, изд. „Авангард принт“)

Bakardzhieva, T. (2001) Russe, space and history, Avangard print, (**Оригинално заглавие:** Бакърджиева, Т. 2001. Русе, пространство и история, изд. „Авангард принт“)

Bozhilova, K. (2012) Documentary Heritage in Health Administration and Health Professional Organizations in the Central State Archives (1879-1944), Autorefeat, (**Оригинално заглавие:** Божилова, К. 2012. Документално наследство на здравната администрация и здравни професионални организации в Централния държавен архив (1879-1944). Автореферат)

Nenova, G, Petkova, M. (2018) Co-management-definition, advantages, disadvantages, 57th Science Conference of Ruse University - SCC, Bulgaria, (**Оригинално заглавие:** Ненова, Г. Петкова, М. 2018. Съвместното управление – същност, предимства и недостатъци)

Spasov, R., (2020) Aleksandrovska hospital – an important medical and institutional factor in the establishment of the Bulgarian health system 1884-1918 (**Оригинално заглавие:** Спасов, Р. 2020. Александровска болница – важен лечебен и институционален фактор за създаването на здравната система в България 1884-1918 В:)

Spasov. R., (2020) The role of the Sofia university “St. Kliment Ohridski” and Aleksandrovska hospital for the development of medical education and science in Bulgaria 1918-1950 (**Оригинално заглавие:** Спасов, Р. 2020 Ролята на Софийски университет „Св. Климент Охридски и Александровска болница за развитието на медицинското образование и наука 1918-1950)

<http://bcnl.org/analyses/grazhdanskiyat-sektor-sled-nachaloto-na-krizata-s-covid-19.html>
(Accessed on 02.05.2020)

<http://free-spirit-city.eu/ruse-i-borbata-mu-s-epidemiite-v-minaloto>, (Accessed on 26.04.2020)

<http://www.mlsp.government.bg/public/index.php/s-45-mln-lv>, (Accessed on 02.05.2020)

<http://www.mlsp.government.bg/public/index.php/topl-obyad>, (Accessed on 02.05.2020)

<https://www.unicef.org/bulgaria/>, (Accessed on 26.04.2020)

THU-ONLINE-SSS-EM-05

LITERATURE REVIEW ON LEAN PHILOSOPHY AND THE ADVANTAGES OF ITS IMPLEMENTATION⁵

Plamen Penchev – PhD Student

Department of Business and Management,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Tel.: +359 887809210
E-mail: prpenchev@uni-ruse.bg

Assoc. Prof. Pavel Vitliemov, PhD

Department of Business and Management,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Phone: +359 888566362
E-mail: pvv@manuf.uni-ruse.bg

Abstract: *This article presents the essence of the Lean concept and reviews the organizational benefits from the adoption of the lean approaches. As nowadays companies from all industries worldwide are striving to constantly improve their processes, profits and market share, gain competitive advantages, achieve sustainable business practices while at the same time coping with growing challenges and costs, it is imminent for them to begin implementing the most efficient and proven performance maximization techniques. The current article overviews the efficiency of the probably most successful and widely used such philosophy – Lean, and the main success factors for its proper implementation. Several lean limitations and future research recommendation are presented as well.*

Keywords: lean concept; manufacturing; management; efficiency; implementation; critical success factors

The paper is awarded with "Best Paper" Crystal Prize - 59th Science Conference of Ruse University, Bulgaria and it will be published in Compiled works „Best Paper‘20“.

⁵ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт на английски език.

THU-ONLINE-SSS-EM-06

TOWARDS MULTI-CRITERIA WAREHOUSE LOCATION SELECTION IN THE LOGISTIC NETWORK⁶

Plamen Penchev – PhD Student

Department of Business and Management,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Tel.: +359 887809210
E-mail: prpenchev@uni-ruse.bg

Assoc. Prof. Pavel Vitliemov, PhD

Department of Business and Management,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Phone: +359 888566362
E-mail: pvitliemov@uni-ruse.bg

Abstract: This article presents an analysis of multi-criteria warehouse selection in the logistic network as strategic decision in optimizating the logistic systems. The proper selection of the warehouse location among many alternatives is a complex problem that requires multi-component approach for its solution including both quantitative and qualitative factors.

Keywords: warehouse location; logistic network; multi-criteria decision support

ВЪВЕДЕНИЕ

Определянето на правилното местоположение на склада представлява комплексен проблем, който изисква многокомпонентен подход за решението му. Това е едно най-важните и стратегически решения в оптимизацията на логистичните системи. Решението по правило е дългосрочно и е повлияно от множество количествени и качествени фактори (Demirel, T. et al., 2010).

При определяне на местоположението биха могли да се използват различни математически модели, които характеризират даденото място съгласно предварително приети ограничителни критерии и функции. Главната цел при правилния избор е да бъде намерено такова място на складовите съоръжения, при което разходите за транспорт на определен обем стоки през складовете до клиентите биха били възможно най-ниски. Същевременно влияние оказва и сложността на логистичната мрежа. Тя може да е изградена от само едно ниво с директна връзка доставчици – получатели, или да бъде йерархична от няколко нива с непряка връзка: доставчици – посредници – получатели (Jacyna-Gołda, I. and Izdebski, M., 2017).

От друга страна през последните години структурата на веригите за доставки се усложнява все повече. Глобализацията допринася за развитието на голям брой нови пазари и наличието на множество опции за снабдяване. Отговорът на редица компании на тази ситуация е фокусирането им върху основния им бизнес, както и оутсорсване на логистичните им и складови операции. Решения относно избора на местоположение на складовите съоръжения са стратегически по своята същност и биха могли да окажат съществено влияние върху успеха на компанията. Подобен важен избор нерядко отнема от 1-2 години, понякога дори до десетилетия. Ето защо тези ключови решения се вземат на база най-добрите налични стратегически инструменти, както и от няколко управленски нива. Различните научни

⁶ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Относно критериите при определяне местоположението на складовете в логистичната мрежа.

моделите за определяне на местоположението на склада се използват практически във всички индустрии (Brunaud, B. et al., 2017).

Динамичните световни развития водят и до промяна на местоположението на складовете в течение на времето - от централните градски зони, до покрайнините на населените места – т.нар. пространствена децентрализация. През изминалото десетилетие се регистрира преструктуриране с цел транспортирането на големи обеми от стоки по възможно по-бърз и надежден начин. Същевременно промени се наблюдават и при проектирането на складовете – по отношение размера на съоръженията и местоположението им. Това пространствено изменение се обуславя най-вече от две основни съображения – разходите за транспортиране и складиране на стоките. Иначе казано печалбите от по-ниските цени на земята и стойността на управлението превишават увеличаващите се транспортни разходи, когато складовете се децентрализират извън централните градски райони (Kang, S., 2018).

В докладът е представен анализ на критериите при определяне местоположението на склада, най-важното стратегическо решение при оптимизацията на логистичните системи.

МЕСТОПОЛОЖЕНИЕТО НА СКЛАДОВЕТЕ В ЛОГИСТИЧНАТА МРЕЖА

Определянето на местоположението на склада в логистичната мрежа представлява оптимизационен проблем с много измерения, който зависи от редица количествени и качествени критерии. Сред тях са разходите за труд, транспорт и складиране; данъчната система, характеристиките на трудовата сила (наличие на квалифицирана работна ръка); наличие, качество и надеждност на транспортните средства и системи; близост до клиенти, доставчици или производители (Jacyna-Golda, I. and Izdebski, M., 2017).

Посочените критерии акцентират върху сложността на проблема, произтичащ от местоположението на складовите съоръжения, като донякъде определят и прилагането на всеобхватен подход, вземащ под внимание различните измерения при избора на оптимално решение. Тук биха могли да бъдат използвани алгоритми като TOPSIS, ELECTRE, Grey Theory методи, fuzzy logic или интегралът на Choquet (Jacyna-Golda, I. and Izdebski, M., 2017).

Авторите разработват инструмент (генетичен алгоритъм), който може да се приложи при избора на складово местоположение в логистичната мрежа, въз основа на анализирането на множество измерения. Получените резултати зависят от много параметри: взаимовръзки, брой на повторенията, размер на изследваните обекти и др. Моделът е базиран на общата логистична мрежа, състояща се от доставчици, складове и производствени компании (получатели). Доставчиците осигуряват различните видове суровини на производствените компании, които ги съхраняват в собствени складови съоръжения (Jacyna-Golda, I. and Izdebski, M., 2017).

Като цяло генетичните алгоритми е възможно да бъдат причислени към група от хеуристични алгоритми, които не гарантират 100% оптимално решение, а само близко до оптималното решение – т.нар. суб-оптимално. Но въпреки това неудобство, те са практичен инструмент за оптимизация и се използват при решаването на различни сложни проблеми (Jacyna-Golda, I. and Izdebski, M., 2017).

Сложността на проблема за определяне на местоположението на складовите съоръжения лимитира употребата на абсолютно прецизни методи за намиране на оптимални решения и същевременно би позволила да се приемат т.нар. суб-оптимални решения (Jacyna-Golda, I. and Izdebski, M., 2017).

КРИТЕРИИ ПРИ ОПРЕДЕЛЯНЕ МЕСТОПОЛОЖЕНИЕТО НА СКЛАДА

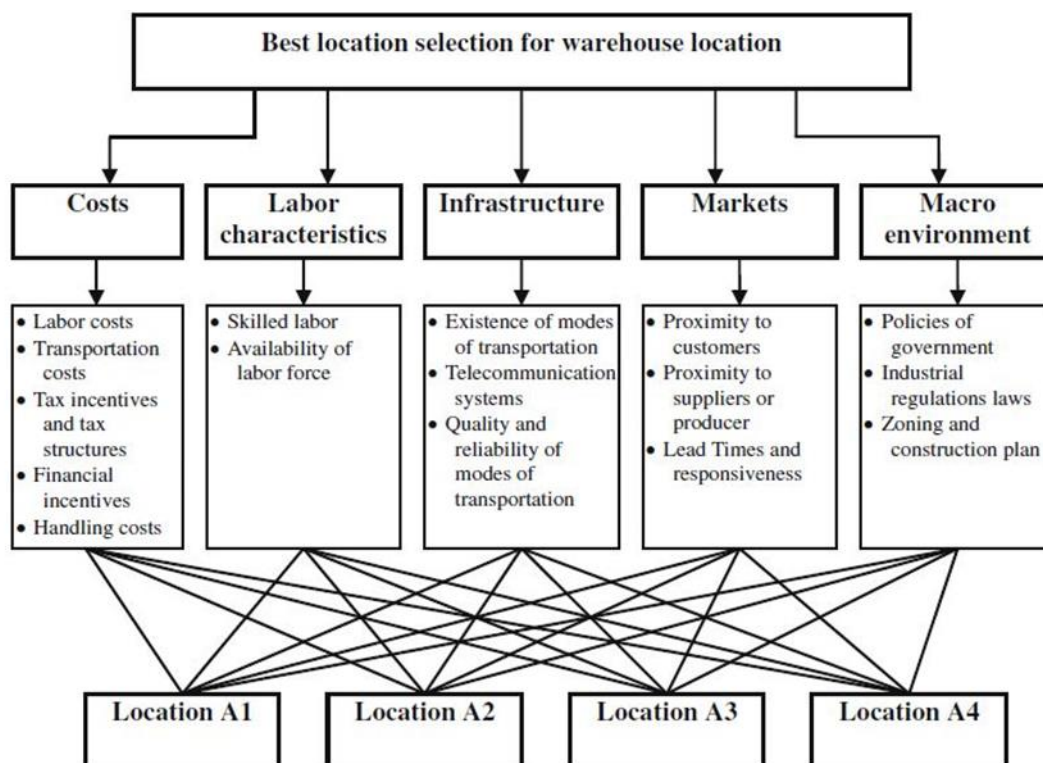
Оптималното местоположение на складовете играе важна роля при оптимизирането на логистичните системи. В съвременната конкурентна среда е от критично значение ефикасното и ефективното движение на стоките по цялата верига на доставки – от суровините, през преработващите, производствените и асемблиращите предприятия, през дистрибуционните центрове и складове и търговците на дребно, до крайните клиенти. От все

по-голямо значение е качественият мениджмънт на логистиката и веригите за доставки в днешния бързо променящ се бизнес свят (Demirel, T. et al., 2010).

Решенията за определяне на правилното местоположение на складовете са вероятно най-важните в дизайна на дистрибуционната мрежа. Изборът на точното складово място сред редицата алтернативни локации представлява комплексен проблем, който изисква многокомпонентен подход за решението му, включващ едновременно количествени и качествени фактори. Конвенционалните подходи за определяне на местоположението на склада понякога са неефективни в случаите, когато се налага субективна преценка. При различни обстоятелства, резултатите от използваните количествени методи често са неточно дефинирани (Demirel, T. et al., 2010).

В разработения от авторите модел за определяне на местоположението на склада са използвани 5 основни критерия с 16 под-критерия, като е използвана и експертиза от специалисти от логистичния сектор. Петте главни критерия са следните:

1. Разходи – това е един от факторите, който в голяма степен се влияе от местоположението. Под-критериите са разходите за труд, разходите за транспорт, данъчна структура и облекчения, финансови стимули, разходи за текущи операции.



Фигура 1. Критерии при определяне местоположението на склада

(Demirel, T. et al., 2010)

2. Характеристики на трудовата сила – определя състоянието на квалифицираната работна ръка в даденото място и степента на наличността ѝ.

3. Инфраструктура – дефинира основната структура на транспортните и комуникационните системи, ще се отнася до местоположението на склада. Под-критериите са наличието на видове транспорт, телекомуникации, както и качеството и надеждността на видовете транспорт.

4. Пазар – определя разстоянието от избраното складово място до клиентите, доставчиците и производителите. Тук се включват периодите на доставка и възможността за реагиране на поръчка.

5. Макро среда – включва правителствените политики, индустриалните спогодби и закони, както и планове за бъдещо развитие на региона на макро ниво.

ДЕЦЕНТРАЛИЗИРАНЕ НА СКЛАДОВЕТЕ

През изминалите две до три десетилетия логистичната индустрия претърпява реструктуриране с цел транспортирането на големи обеми от стоки по възможно по-бърз и надежден начин. Този процес се дължи до голяма степен на напредъка в информационните, комуникационните и логистичните технологии (електронна обмяна на данни, компютърно базирани проследяващи системи, автоматизиран поток на стоките в дистрибуционните и консолидационните центрове), което от своя страна е свързано и с редуцирането на разходите при транспортирането на товари. Приоритетът на реструктурираните вериги за доставки пада върху изграждането на система за дистрибуция на стоките, която свързва регионалните и глобални производители с потребителските пазари (Kang, S., 2018).

Същевременно значителното увеличение в мащаба, сложността и времевата сензитивност при дистрибуцията на стоки благоприятства появата на бизнеси, специализирани в логистичните услуги. В резултат на това се повишава използването на централизиран и голямо-мащабни дистрибуционни центрове (хъбове). От друга страна обаче традиционните индустриални зони и местоположения в близост до транспортната инфраструктура (летища, пристанища, жп гари и магистрали – жизненоважни за осигуряване на достъп до веригите за доставки) нерядко се намират в близост до централни градски райони. Това не винаги е предимство при значимите логистични операции, поради високите цени на терените, задръствания и стриктните регулации за използването на земята. Като логичен отговор тук се появява децентрализацията – изграждането на складове в периферните локации, което осигурява ниска цена на земята, достъп до транспортната инфраструктура и благоприятстваща бизнес среда за логистичните операции (Kang, S., 2018).

Разработеният от автора модел води до заключението, че размерът на склада и времето, когато е изграден, са съществени фактори, обуславящи изборът на местоположение. Складовете, построени в периода 1951-1980 г. са с различни локации от тези, построени в периода 2001-2016 г. Изграждането на големи складови съоръжения през 2001-2016 г. се осъществява на места с относително по-ниска цена на терените, по-малка близост до пазарите, но с по-добър достъп до летищни и интермодални терминали (Kang, S., 2018).

Изследването предполага потенциално понижение на складовите разходи, произтичащи от по-ниските цени на земята, икономии от мащаба и консолидация на инвентара. При транспортните разходи обаче резултатът не е толкова ясен. Повишението или намаляването им зависи от функционирането на складовото съоръжение във веригата за доставки. Като цяло складовете се концентрират на места с добре изградена транспортна инфраструктура, увеличаващо се население и интензивен логистичен бизнес (Kang, S., 2018).

ВЛИЯНИЕ НА ДИСКРЕТНИТЕ ТРАНСПОРТНИ РАЗХОДИ ПРИ ДИНАМИЧНО ОПРЕДЕЛЯНЕ НА СКЛАДОВОТО МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ

При определяне на оптималното местоположение, размери и брой на складовете във веригата за доставки на бизнес с циклично търсене може да се използва т.нар. мулти-интегрален линейно програмен модел. В него се акцентира на дискретните транспортни разходи, динамичното управление на склада по отношение на подизпълнители и менажирането на наличностите (рискови запаси). Решенията за производството на всеки продукт, изборът на вида транспорт и потоците на стоките по веригата следва да бъдат едновременно оптимизирани. Транспортните разходи често са дискретни на практика. Тарифите обикновено са фиксирани при предварително определени товарни стойности (Brunaud, B. et al., 2017).

За достигане на своите заключения относно ролята на дискретните транспортни разходи при динамично определяне на складовото местоположение, авторите извършват три мащабни изследвания. В най голямо са разгледани и използвани данни от 14 завода, 18 склада, 15 клиента, 15 продукта, 36 времеви периода и 14 вида транспорт. Използването на дискретните транспортни разходи в анализа при определяне на местоположението на склада едновременно с динамичното управление на складовите процеси по отношение на подизпълнители и менажирането на наличностите (рискови запаси), води до приложими резултати на предложения модел (Brunaud, B. et al., 2017).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Правилният избор на складовите съоръжения, при което разходите за транспорт на определен обем стоки през складовете до клиентите са възможно най-ниски е от стратегическо значение за организацията и подчертава интереса и за в бъдеще към математическите модели, които характеризират даденото място съгласно предварително приети ограничителни критерии и функции.

Определено в ситуацията на световна пандемия структурата на веригите за доставка ще се усложни все повече, като ще допринесе за появата на голям брой нови пазари и наличието на множество опции за снабдяване, което ще направи още по-ключово решението на различните управленски нива по определени модели на местоположението на склада акцентирайки върху устойчивостта на развитие и екологичните норми.

ЛИТЕРАТУРА

Jacyna-Golda, Ilona & Izdebski, Mariusz. (2017). The Multi-criteria Decision Support in Choosing the Efficient Location of Warehouses in the Logistic Network. *Procedia Engineering*. 187. 635-640. 10.1016/j.proeng.2017.04.424.

Demirel, Tufan & Çetin Demirel, Nihan & Kahraman, Cengiz. (2010). Multi-criteria warehouse location selection using Choquet integral. *Expert Systems with Applications*. 37. 3943-3952. 10.1016/j.eswa.2009.11.022.

Kang, Sanggyun. (2018). Warehouse location choice: A case study in Los Angeles, CA. *Journal of Transport Geography*. 10.1016/j.jtrangeo.2018.08.007.

Brunaud, Braulio & Bassett, Matthew & Agarwal, Anshul & Wassick, John & Grossmann, Ignacio. (2017). Efficient formulations for dynamic warehouse location under discrete transportation costs. *Computers & Chemical Engineering*. 111. 10.1016/j.compchemeng.2017.05.011.

THU-ONLINE-SSS-EM-07

ANALYSIS OF INTERNAL CONTROL ACTIVITIES IN LAND OVERSIZED TRANSPORT⁷

Lyubomir Mihaylov – Student

Department of Management and Business Development,
University of Ruse “Angel Kanchev”
E-mail: lyubo_cris@abv.bg

Assoc. Prof. Dr. Lyudmila Mihaylova

Department of Management and Business Development,
University of Ruse “Angel Kanchev”
E-mail: liudmilla@abv.bg

Abstract: *The paper analyses some theoretical and practical aspects of the internal control in the transport enterprises. The important thing is – the implementation, and evaluation of internal control system need to be tailored to the size and reporting risks of the organizations. The aim of the paper is to analyse the application of internal control in land oversized transport Bulgarian enterprise. The analysed enterprise is modern and innovative and social responsible. Some specific managerial decisions are resented and some expected results are demonstrated.*

Keywords: *Internal control, Transport, Management*

ВЪВЕДЕНИЕ

Вътрешноконтролната дейност придобива все по-голямо значение за управлението на съвременните предприятия. Следвайки подобна тенденция „Холлеман България” ООД, работеща в сферата на транспорт и логистика и част от групата на мултинационалната група „Холлеман“ акцентира на вътрешноконтролните дейности. „Холлеман България“ е позната като водеща фирма в областта на извънгабаритния транспорт в България и Европа. Основната ѝ дейност, свързана със сухопътен извънгабаритен транспорт, обхваща множество процеси, които за целите на вътрешния контрол могат да се анализират в три стъпки. Първата стъпка е свързана с контакт с клиентите и получаване на запитване, обикновено чрез електронна поща или телефон. В по-редки случаи има директен контакт с клиента – организиран чрез работни срещи. Втората част обхваща обработване на запитването и изпращане на оферта, а третата – изпълнение на сключен договор, при което клиентът индиректно е въвличен в процеса, като няма възможност пряко да наблюдава транспорта, но е информиран ежедневно по електронна поща и (или) телефон за прогреса и очакваната дата на доставка. Анализирането на вътрешноконтролната дейност в посочените стъпки е цел на представения доклад.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Предприятие „Холлеман България” ООД разполага с няколко офиса в различни точки на град Русе, както и офиси в градовете Варна и София. То оперира със собствени открити складови площи в Русе намиращи се на изхода на града на главен път Е85 и наети открити складови площи под митнически контрол на територията на пристанище Русе изток. Вътрешноконтролната дейност на предприятието е продиктувана от спецификата на дейността. Първата специфика е свързана с **неделимост на представената услуга** – извънгабаритен сухопътен транспорт. Присъствието на клиента не е свързано с изпълнението на работата, но е необходимо да се поддържа постоянна комуникация, което означава, че

⁷ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Анализ на вътрешноконтролни дейности при сухопътен извънгабаритен транспорт.

степената на неделимост е по-слабо изразена – извършва се въздействие върху притежаван от клиента актив, а не директно върху самия клиент. Неделимостта се изразява в това, че не може да протече услугата без транспортните средства и техните водачи и без клиентът да е изпълнил определени условия – да е подсигурил достъп до товара, връзка с товарния (разтоварния) адрес и др.

Друга специфика е **високата неосезаемост на услугата**. Като дейност, транспортните услуги са с неосезаем резултат, не могат да бъдат докоснати. Клиентите разчитат на информация и документи получени от фирмата изпълнител на услугата.

Непостоянството също е важен фактор за определяне на качеството на услугата и изпълняване на изискванията на клиентите. Начинът на изпълнение е такъв, че не е възможно да се постигне пълно стандартизиране на резултатите, с което се затруднява и вътрешноконтролната дейност. Работата се извършва от хора, но е с висока степен на механизация. Разчита се главно на уменията и самоконтрола на конкретния работник (специалист), което е важно да се отчете като фактор при организацията и управлението на работата. Въпрос на фирмена политика е да се установи едно високо ниво на постоянство (Kunev & Antonova, 2014; Papazov & Mihaylova, 2012).

Несъхраняемостта на транспортната услуга във времето е важен елемент при контролирането. Практически не се реализира транспортната услуга, докато не се появи клиент. Поради непостоянството в търсенето, пред транспортните фирми възникват много проблеми. Например, фирмата трябва да разполага с повече техника и персонал, за да може да покрива търсенето през пиковите периоди. Това е особено важно за вътрешноконтролната дейност предвид това, че предприятието е обвързано до голяма степен с товаропотока на придунавските пристанища, участващи в мултимодални и интермодални системи в района (Pencheva, et al., 2020).

Определяне на степента на контакт с клиента като част от вътрешния контрол

Както беше споменато, според КИД 2008 дейността на предприятието спада към сектор Н – „Транспорт, складиране и пощи“, код 49 сухопътен транспорт. Транспортната услугата може да се класифицира:

- Според вида на клиентите: бизнес към бизнес (B2B); бизнес към клиент (B2C); в редки случаи – вътрешно обслужване.
- Според характера и насочеността на операциите: неосезаеми активи, за изпълнение на услугата не е необходимо присъствието на клиента, но е достатъчно той да я инициира.
- Според степента на контакт с клиента: ниска, базирана на „бек офис“, където липсва директен контакт с клиента.

В повечето случаи, транспортната услуга има ниска степен на контакт с клиента, понеже не е необходимо неговото присъствие. Необходимо е единствено иницирането на услугата, уточняването на подробностите около започването, времето за извършване на услугата, крайния резултат, крайния срок и др. и накрая приемането на извършената дейност и заплащането на услугата. От стила на работа и маркетинговия подход на търговския отдел, директно работещ с клиентите, *зависи времето на контакт с клиента и то е обект на вътрешен контрол*. Служителите от този отдел решават дали да отделят повече от необходимото време на даден клиент за да се почувства той „специален“ и да се гарантира удовлетвореността му от полученото внимание (Ruskova & Todorova, 2016).

В редки случаи търговският отдел на предприятието е в ролята на „фронт офис“, като има директен контакт с клиента.

Тази услуга според прилагането на сервиз-контактната матрица се намира по средата и има *средни възможности за продажба и средна ефективност на производство, показатели, които са част от вътрешния контрол*. Услугата не предполага пряк физически контакт с клиента, но дава възможност за реагиране на обратната връзка и коригиране на услугата според изискванията и желанията на клиента.

Средната ефективност на производството се дължи на индивидуалния подход към всеки клиент – налага се отделно планиране и контролиране на отделните операции в

съответствие с конкретната ситуация, товар, изисквания на клиента. Това е въпрос на фирмена политика – да се обръща специално внимание на всеки клиент, което може да означава забавяне на работата, промени във вече завършени елементи, по-голяма трудност при-планирането на времето и разпределение на човешките ресурси (Parazov, 2011; Kunev, Kostadinova & Stoycheva, 2017; Simeonova & Nedyalkov, 2018). Трябва да се планира много гъвкаво, с възможности за промени и нововъведения. Таблица 1 показва резултати от тези изследвания.

Таблица 1. Анализ на конкурентните предимства на предприятието

Предприятие звено	Отношение към клиента	Скорост и удобство на обслужване	Стойност или цена на услугата	Разнообразие на предлаганите услуги	Уникал- ност на персонала
„Холлеман България“ ООД	6	6	5	5	6
„Фактор-П“ ЕООД	4	5	5	4	4
„Планет Транс“ ООД	5	5	4	4	4
„Евгени Гайдаров-95“ ЕООД	4	5	5	4	4

В таблицата са показани резултатите от проучване (като част от контролната среда), целящо да сравни предприятие „Холлеман България“ ООД с други три предприятия от същия бранш, работещи на територията на Република България (бенчмаркинг). Забелязва се ниска оценка на „Цена на услугата“. Това се дължи на фирмената политика – използва се скъпа техника и висококачествено укрепващо оборудване, работниците са квалифицирани, високоплатени и пред тях се поставят високи изисквания за качеството на работата. Предприятието не превозва нищо без да има съответните разрешителни и застраховка за покриване на евентуалните рискове (основна част от вътрешноконтролните параметри). Това обаче води до проблем с конкурентоспособността на предприятието при периоди на финансова криза и по-ниска платежоспособност на клиентите.

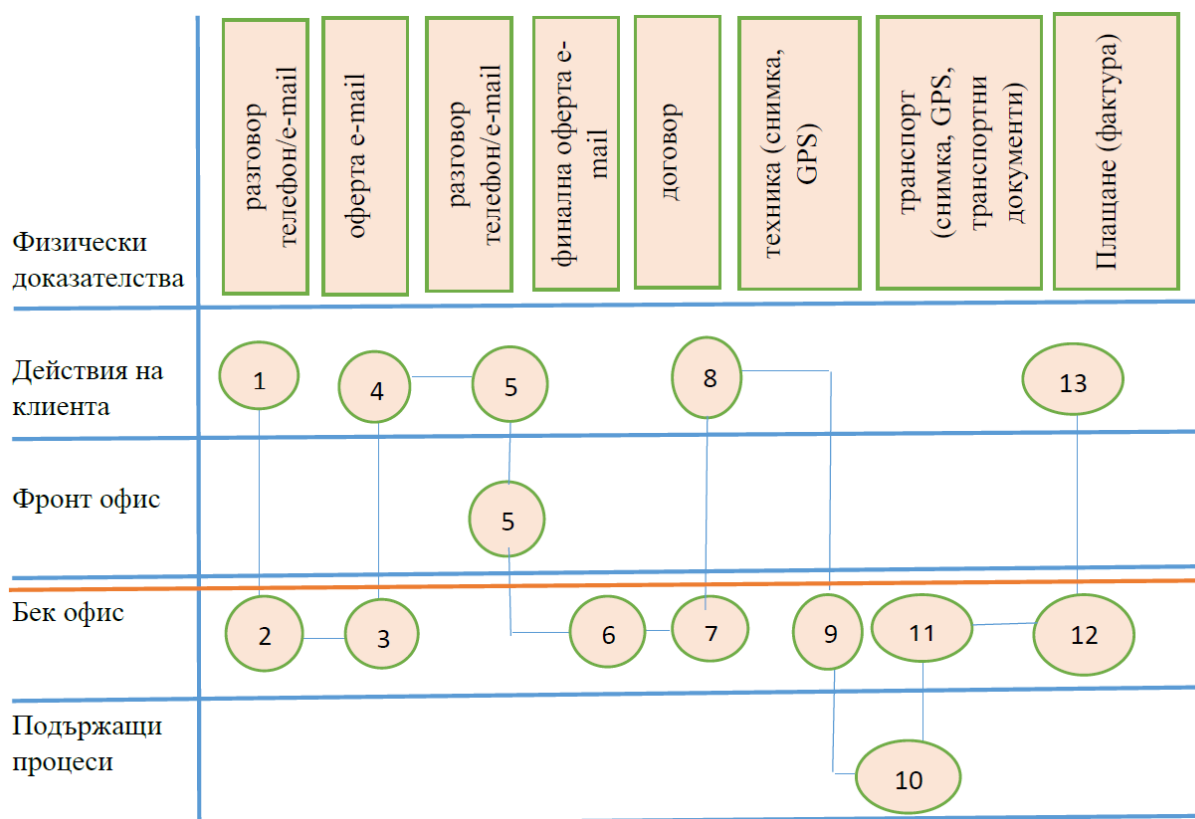
За отношение към клиента се дава оценка 6 – предприятието много държи клиентите да останат доволни и внимателно анализира обратната връзка. Държи се на идеята, че всеки доволен клиент носи още бъдещи такива. В това отношение конкурентните фирми имат по-слаба оценка, дължащо се на начина им на контакт с клиентите и фирмената култура.

Мотото на предприятието е: *“Клиентът е най-важен за нас. Ние сме зависими от него. Той не прекъсва нашата работа – той е нашата цел. Клиентът не е извън нашия бизнес – той е част от него. Ние не му правим услуга като го обслужваме, а точно обратното – той ни прави тази услуга, предоставяйки ни тази възможност.”* (Махатма Ганди)

По отношение скорост на обслужването – софтуерната операционна система на „Холлеман“, създадена специално за управление на процесите в компанията и GPS системите инсталирани на всеки камион, дават конкурентно предимство на пазара и големи ползи за клиентите – непрекъснатата информация към клиента, необходима му да планира и контролира обработката на стоката, както и по-добро управление на заявките и съкращаване сроковете на реакция при получаване на договори посредством ползване на техника от цялата група от фирми. Конкурентните фирми разполагат с по-малък ресурс – човешки и материален и работят със значително по-малка възможност за индивидуални решения за клиентите.

Разнообразие на предлаганите услуги – компанията все още е с ограничен капацитет в предлагането на някои услуги, които се търсят от клиентите – транспорт на товари със собствено тегло над 150MT. Разполага с определен брой модули, но често те се оказват недостатъчни за да покрият нуждите на клиентите, а мобилизирането на такива модули от офисите на групата разположени в другите държави е скъпо и нерентабилно. За да може да предложи тези услуги и да разшири дейността си е необходимо да закупи по-голям брой модули и прилежащо към тях оборудване. При конкурентните фирми нещата стоят по подобен начин, като някои от тях са специализирани в транспорта на много тежки товари, но за сметка на това нямат достатъчен капацитет и опит в транспорта на по-леки и специфични товари. От изброените фирми единствено „Холлеман България“ ЕООД има по-голям капацитет и възможност да предложи комплексно обслужване на своите клиенти.

Уникалност на персонала – инвестирани са много средства и време в обучението, квалификацията и изграждането на отличен екип специалисти във всеки един отдел. Другите предприятия не са склонни да отделят толкова внимание на персонала си, не се стараят да ги задържат дългосрочно или поне не във всички отдели (звена). Не държат на високата квалификация и по тази причина качеството на работниците им първо е непостоянно, и второ нямат сформирани навици за добра екипна работа.



Фигура 1. Разработване на сервизен план и определяне линия на видимост за процеса на обслужване

Оп. 1 – клиентът инициира запитване по ел.поща / телефон (в редки случаи в офиса) към фирма “Холлеман България“ ООД.

Оп. 2 – изготвяне на предварителна оферта от търговския отдел.

Оп. 3 – изпращане на офертата на клиента, най-често по електронен път (e-mail).

Оп. 4 – клиентът получава офертата.

Оп. 5 – клиентът и представител на търговския отдел в телефонен разговор / електронна поща / работна среща обсъждат предварителната оферта и условията.

Оп. 6 – потвърждава се предварителната оферта или се изготвя окончателната оферта.

Оп. 7 – изпраща се финалната оферта.

Оп. 8 – клиентът получава финалната оферта.

Оп. 9 – сключва се договор за извършване на транспортната услуга.

Оп. 10 – подготвя се необходимото оборудване, набавят се необходимите разрешителни.

Оп. 11 – извършване на транспортната услуга.

Оп. 12 – изпращане към клиента на фактура и транспортните документи.

Оп. 13 – клиентът извършва плащане по определения в договора начин и срок.

Таблица 2. Анализ на възможните проблеми и решения (roka-yoke)

Проблем	Причина	Решение
Липсва част от необходимите за укрепване средства или са в лошо състояние.	Шофьорът не си е свършил добре работата, не е подал своевременно информация към главния механик.	Поръчват се необходимите средства за укрепване и се доставят веднага. Обучение на работниците за правилна работа и поддръжка на оборудването.
Технически повреди по техниката.	Шофьорът не е подал информация към главния механик. Грешката е на главния механик, не е взел необходимите мерки за отстраняване на повредата. Не е направил техническа проверка преди излизане от гаража.	Композицията влиза в сервиз за отстраняване на настъпилите повреди. Избор на качествен сервиз /сервизи. Обучение на работниците за правилна работа и поддръжка на оборудването. Комуникация между персонала за навременно установяване на повреди. Преглед на техническото състояние на техниката преди излизане от гаража.
Водач на камион или ескортен автомобил отсъстват от работа, което затруднява планирането на работата на целия колектив.	Няма ясно определени правила за организация на трудовата дейност и отсъствията от работа.	Правилник за работното време и отсъствията от работа. Взаимозаменяемост на персонала.
Транспортната техника не е правилно разпределена спрямо наличните товари. Например – композиция с по-малка товароносимост е планирана за транспорт на тежък товар и обратно.	Грешката е на ръководителя транспортна дейност. Лошо планиране при разпределението на товарите спрямо наличната техника. В извънгабаритния транспорт това води до значителни разходи за маршрутни разрешителни, висок разход	Обучение и по-добро планиране на техниката спрямо наличните товари.

	на гориво и др.	
Неспазване срок на натоварване и доставка.	Неправилно планиране на предходен транспорт. Ненавременна организация на транспорта и съпътстващите го документи (маршрутни разрешителни, разрешения и съгласуване с полиция, енерго разпределителни дружества, ЖП и др.	Когато е възможно да се планира времеви запас. Обучение на персонала и стриктно спазване на правилника на дружеството. Инструктиране на работниците за начина на работа и повишаване на личната им отговорност и ангажираност.
Причиняване на вреда на имуществото на клиента. Предявен иск от страна на клиента за нанесени щети по товара.	Недостатъчна прецизност при укрепване на товара и недостатъчно внимание от страна на водача.	Обучение на персонала и стриктно спазване на правилата за укрепване на товари. Инструктиране на работниците за начина на работа и повишаване на личната им отговорност и ангажираност. Сключване на застраховка „отговорност на превозвача“ (ЧМР).

Определяне подхода за изпълнение и вътрешно контролиране на услугата

Подходът за изпълнение и вътрешно контролиране на услугата в анализираният предприятие е изключително индивидуален. За всеки клиент се изготвя план за работа, съобразен със специфичните му изисквания и желания, габарити и тегло на товара, маршрут и специфики по маршрута. Процесът е свободен, налагат се тесни взаимоотношения между клиента и фирмата. По тази причина специалистите от търговския отдел са специализирани изключително в работата с клиентите.

Ръководителят на сухопътния транспорт организира работниците и съблюдава за правилното изпълнение на процесите, контролира качеството, подsigурява необходимите маршрутни разрешителни, организира проверка на маршрута, инспекция на мостове и съответните разрешения от полиция, ЖП и енерго поддържащите дружества и др.

Главният механик отговаря за доброто техническо състояние на транспортната техника и средствата за укрепване на товара. Комуникацията между всички звена е изключително важна за да се гарантира съответствие между резултата и очакванията на клиента т.е. добро качество и доволни клиенти. Стремелът на предприятието е, винаги да бъде изключително отговорно и коректно, гарантиращо качество и индивидуално внимание към своите клиенти. Това е заложено и в търсенето на лоялност на клиента към марката (Kenarova-Pencheva & Antonova, 2018).

Връзката между основните елементи, значими при вътрешноконтролната дейност е показана на фигура 2.

Работа в екип

„С талант се печелят мачове, с екипна работа – първенства!“ Ние насърчаваме откритата комуникация и сътрудничество в нашата организация. Държим на сътрудничеството, на споделянето на знания, технологии и най-добри практики с цел създаване на ползотворно взаимодействие от обединените усилия, силни страни и способности на всички нас.

Етично поведение

„Отнема по-малко време да свършим работата си по правилния начин, отколкото да обясним защо сме я свършили по грешния.“ Само когато спазваме правилата, закона, морала, отнасяме се справедливо с нашите служители и се придържаме към дългогодишната ни традиция на етично поведение, основаваща се на принципите на честността, почтеността и доверието, само тогава можем да получим уважението и възхищението на всички около нас.

Иновация

„Непостижими мечти, невъзможни технологии и недостижими граници за нас не съществуват.“ Ние се стремим да превърнем креативността на своите служители и партньори в добавена стойност по-бързо и по-добре от конкурентите си.

Качество

„Хората забравят колко бързо сме си свършили работата, но помнят колко добре сме я свършили.“ Ние постигаме нашите цели, отчитайки всички фактори във всички области, независимо колко са малки и незначителни, показвайки загриженост за всички аспекти от нашата работа, проверявайки внимателно процесите, правилата и резултатите.

Стремеж към съвършенство

„Съвършенството продава. Съвършенството печели. Съвършенството остава.“ Винаги се стремим да надхвърлим очакванията на нашите клиенти, колеги и конкуренти.

Фигура 2.

ИЗВОДИ

Анализирането на спецификата на дейността и свързаните с нея вътрешноконтролни дейности показват, че предприятие „Холлеман България“ ООД следва съвременните тенденции за добро фирмено управление. Точният подбор на контролни показатели и прилагането на стандартни и нестандартни решения за контролирането им заслужава висока оценка. Това е подкрепено и от резултатите, предствени от бенчмаркинг анализа и

последващия анализ на евентуалните отклонения и най-вероятните причини, представени в изложението.

REFERENCES

Kenarova-Pencheva, I., Antonova, D. (2018). The Role of Internal Branding to Increase the Engagement and Motivation of Human Resources. *Annals of „Eftimie Murgu” University Reșița, Fascicle II. Economic Studies*, 25(1), 102-108.

Kunev S., & Antonova, D. (2014). Approbation of methodological approach for innovation activeness of small and medium-sized enterprises in a dynamic environment (following the example of machine-building sector in Ruse region, Bulgaria. *Annals of „Eftimie Murgu” University Reșița, Fascicle II. Economic Studies*, 21(1), 102-118.

Kunev, S., Kostadinova, I., Stoycheva, B. (2017). Business Governance and Corporate Social Responsibility in Bulgaria. *Annals of „Eftimie Murgu”, University Reșița, Fascicle II. Economic Studies*, 24(1), 99-115.

Papazov, E., & Mihaylova, L. (2012). *Modern Approach to Strategic Control in SMEs*. IN: Proceedings of MIBES International Scientific Conference 2012 – Innovation & Sustainability, 25-27 May, 2012, Larissa, Greece, TEI - Greece, pp. 250-260.

Papazov, E. (2011). The Role of Entrepreneurship for Cluster Formation in the Economy. *Revista de Management Comparat Internațional*, 12(4), 839-846.

Pencheva, V., Asenov, A., Ślădkowski, A., Georgiev, I., Beloev, I., Ivanov, K. (2020). *The Danube River, Multimodality and Intermodality*. In: Ślădkowski, A. (eds.) *Modelling of the Interaction of the Different Vehicles and Various Transport Modes*. Lecture Notes in Intelligent Transportation and Infrastructure. Springer, Cham

Simeonova, A., Nedyalkov, (2018). *A Crisis Management: Is it Possible to Solve Organizations' Problems by Lean Six Sigma?* IN: Challenges to Industrial Growth: Anniversary Industrial Growth Scientific Conference, 12-14 October 2018, Sofia, pp. 8-17.

Todorova, M., & Ruskova, S. (2016). Influence of learning on consumer behaviour. *Annals of “Eftimie Murgu” University Resita*, 23(1), 268-278.

Web: <http://holleman.bg/about-us> (Accessed on 16.04.2020).

Web: https://www.bcci.bg/resources/files/KN_223_2008_2008.pdf (Accessed on 28.04.2020).

THU-ONLINE-SSS-EM-08

TREND IDENTIFICATION IN THE ATTITUDE OF BUSINESSMEN TOWARDS PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP WITH THE UNIVERSITY OF RUSE “ANGEL KANCHEV”⁸

Diana Avramova – PhD Student

Department of Management and Business Development

University of Ruse “Angel Kanchev”

Tel.: 0889517349

E-mail: davramova@uni-ruse.bg

Assoc. Prof. Daniel Pavlov, PhD

Department of Management and Business Development,

University of Ruse “Angel Kanchev”

Phone: 0884343132

E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Abstract: The paper presents the main findings from empirical research on eleven managers (owners) of small industrial firms in Ruse region about their willingness to develop Public-private partnership with University of Ruse “Angel Kanchev” and in particular with the Department of “Management and business development”. Key moments in the outcome are the managers have positive attitude towards public private partnership at both levels - with the University of Ruse “Angel Kanchev” and in particular with this Department of Management and business development”. Furthder more this study has found the main areas for PPP preferred by these managers. This report is part of PhD research.

Keywords: public private partnership, university

ВЪВЕДЕНИЕ

Опитът на България и в частност на Русенския университет „Ангел Кънчев“ в използването на нови публични инструменти за управление, в това число и публично-частните практики, е все още сравнително слаб. Ето защо е изключително важно да се анализират реакциите на заинтересованите страни към участието в такива съвместни усилия и да бъдат надградени (Avramova, 2017, 2018, 2019).

Авторите на настоящия доклад изследват съществуващите модели, разработват и апробират примерна методика за инициране на ПЧП между производствено предприятие и висше учебно заведение. Методиката включва и проучване на възможности за ПЧП между малки производствени предприятия и част от академичната общност на Русенския университет, като се надграждат предходни изследвания (Avramova. D, Pavlov. D. 2019, 2018; Pavlov et al., 2016).

Настоящият доклад е част от дисертационно проучване.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Методическа подготовка за изследване

Според обновената програма на ЕС за висшето образование, университетите не използват пълния си потенциал. В програмата се призовава за намиране на допълнителен поток от средства за подпомагане на университетите да модернизират и да увеличат въздействието си върху иновациите (Koen Jonkers., 2018). Все повече се очаква от

⁸ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Идентифициране на тенденции в нагласите на фирми за публично-частно партньорство с Русенския университет.

академичните ръководители от всички нива (Ректор, Декан, Ръководител катедра, Ръководител лаборатория и др.) да инициират съвместни дейности с бизнеса, като съществена част от разходите се поемат от частния сектор, а научните работници да допринесат с интелектуална добавена стойност.

Ограничените финансови приходи подтикват редица висши учебни заведения и техните факултети да потърсят различни възможности за партньорство с бизнеса, сред които е и публично-частното партньорство (ПЧП).

В научната литература и в документите на ЕС не съществува стандартно определение за публично-частното партньорство. Терминът ПЧП се използва за форми на сътрудничество между публичния и частния сектор, което да осигури финансирането, строителството, реновацията, управлението и поддръжката на инфраструктурата или предлагането на публични услуги. (Kanev, 2011).

ПЧП, стартирани от ЕС като част от Европейския план за икономическо възстановяване, финансират научни изследвания и иновации за съживяване на европейския производствен, строителния и автомобилния сектор. Напредъкът до момента показва, че схемата е на път да постигне целите си (ЕС, 2010, 2011, 2012).

Обект на настоящото изследване в е публично-частното партньорство като вариант за сътрудничество между от една страна, Русенски университет или катедра Мениджмънт и бизнес развитие (катедра МБР), а от друга страна – производствени предприятия.

Предмет на изследването е проучване на нагласите на малки фирми от сектор металообработване с код 25, 26, 27, 28, 29 и 30 по Класификатора на икономическите дейности 2008 (National Institute of Statistics, 2008) от област Русе към сключване на ПЧП с катедра Мениджмънт и бизнес развитие .

Мястото на проведеното изследване е област Русе. Анализирено е мнението на управителите на 11 малки фирми, регистрирани на територията на област Русе от сектор металообработване и машиностроене относно възможността за сключване на ПЧП с Русенския университет и в частност с катедра Мениджмънт и бизнес развитие.

Целта на изследването е: да се апробира Методика за инициране на ПЧП с възможност за приложение на ниво катедра, като въз основа на резултатите от проучването да се анализира мнението на анкетираните относно ПЧП, да се направят изводи и набележат препоръки за инициране на такова между катедра МБР и бизнес организация.

За нуждите на изследването са формулирани и следните хипотези:

Хипотеза 1: Популяризирането на добрите практики на съществуващи ПЧП между фирми и университет би увеличило интереса на частния сектор към нови партньорства

Хипотеза 2: Катедра в областта на мениджмънта и бизнес развитието може да заинтересова фирми за сключване на ПЧП

Резултати от проучването

По време на проучването се уточнява степента, в която предприемачите са запознати с възможностите на ПЧП; доколко то е приложимо към настоящия етап, какви нагласи има за реализиране на неговите възможности. С оглед специфичните характеристики на катедра „Мениджмънт и бизнес развитие” бяха подбрани 18 малки фирми в областта на машиностроенето, разположени в гр. Русе.

След обработката на анкетните карти е направен корелационен анализ изследващ силата и посоката на зависимост на връзките и променливите величини в проучването. Коефициентите на корелация са статистическа мярка, представяща зависимостта между две случайни променливи. Изследвана е корелацията на променливата „склонност за сключване

на ПЧП с РУ/катедра МБР“ и конкретните възможности които РУ/катедра МБР може да предостави на частния партньор.

За целите на анализа се използва коефициента на обикновена линейна корелация на Пирсън (r) за подвойкови измервания на две променливи върху едно и също множество от обекти, който се изчислява в EXCEL, чрез статистическата функция CORREL.

При съпоставяне на различни променливи от анкетните карти се откриха следните силни зависимости с положителен процент на корелация между двете променливи, представени в Таблица 1 и Таблица 2.

Таблица 1. Склонност за сключване на публично-частно партньорство с Русенски университет „Ангел Кънчев“

Променлива 1	Променлива 2	коефициент на корелация(r)
Склонност за сключване на ПЧП с РУ	Познават ПЧП на РУ	0,828116
Склонност за сключване на ПЧП с РУ	Обучение на студенти във Вашата фирма и последващо наемане на работа при заявен интерес от двете страни	0,790965
Склонност за сключване на ПЧП с РУ	Съвместно разработване на учебни материали с подходящи примери от дейността на Вашата фирма	0,725866
Склонност за сключване на ПЧП с РУ	Предоставяне от Вашата фирма на целеви стипендии и целеви награди за посочени от Вас студенти и докторанти	0,889448
Склонност за сключване на ПЧП с РУ	Наемане на конкретно помещение на Русенския университет	0,637491
Склонност за сключване на ПЧП с РУ	Предоставяне/закупуване на оборудване за конкретна учебна зала/лаборатория	0,690066
Склонност за сключване на ПЧП с РУ	Работни посещения на студенти и преподаватели във фирмата	1
Склонност за сключване на ПЧП с РУ	Предоставяне на парични дарения	0,541667

Таблица 2. Склонност за сключване на Публично-частно партньорство с катедра „Мениджмънт и бизнес развитие“, Русенски университет

Променлива 1	Променлива 2	коефициент на корелация(r)
Склонност за сключване на ПЧП с катедра МБР	Разработването на нови учебни помагала за катедра МБР, с интегрирана в тях реклама на фирмата	0,782392
Склонност за сключване на ПЧП с катедра МБР	Финансиране участие на академични лица от катедра МБР в научна конференция, с възможност за реклама на фирмата	0,827329
Склонност за сключване на ПЧП с катедра МБР	Участие и/или финансиране на културни събития на катедра МБР	0,790931
Склонност за сключване на ПЧП с катедра МБР	Извършване на научни практики във Вашата фирма от катедра МБР	0,921658
Склонност за сключване на ПЧП с катедра МБР	Проучвания в сферата на Комуникационна политика по фирмена заявка	1

Анализ на резултатите

Въз основа на откритите силни зависимости при съпоставяне на различни променливи от анкетните карти могат да се направят следните анализи:

- Русенският университет предлага различни възможности за инициране на ПЧП в различни направления.
- Съществува зависимост между познаването на същността относно ПЧП и желанието на фирмите да сключват бъдещи ПЧП с Русенския университет и катедра МБР.
- Фирмите са склонни да подкрепят студентите на Русенския университет и в частност на катедра МБР със стипендии, практики, подпомагане на печата на учебни помагала и учебния процес.
- Фирмите категорично са заявили, че са готови да посрещат под формата на работни посещения студенти, докторанти, преподаватели и провеждане на научни практики.
- Фирмите са склонни към реклама чрез учебни помагала, финансиране на културни и други събития.
- Разглеждайки възможните сфери на взаимодействие с катедра МБР, фирмите са посочили най-голям интерес към нуждата от консултации в сферата на „Комуникационната политика“, следвано от сферата на „Маркетинговите проучвания“ и „Насърчаване на служителите към творческо мислене“.
- Фирмите са склонни към наемане на офиси или работни помещения на територията на университета, както и към закупуване на оборудване за съвместно използване с университета.

ИЗВОДИ

Направените проучвания доказват двете хипотези: Популяризирането на добрите практики на съществуващи ПЧП между фирми и университет би увеличило интереса на частния сектор към нови партньорства, което е видно от Таблица 1. Русенският университет може да популяризира ПЧП проектите си сред бизнес организациите в област Русе, например чрез издаване на брошура/ каталог/ онлайн платформа с добрите си практики от ПЧП с цел популяризиране и привличане на нови такива. Русенският университет може да проучи нуждите си от оборудване и свободните си помещения/парцели и включи в каталог/информационна брошура, която да разпространи сред бизнес организациите.

Интерес представлява и доказването на втората хипотеза - катедра в областта на мениджмънта и бизнес развитието може да заинтересова фирми за сключване на ПЧП, което е видно от отговорите в Таблица 2. Катедра „Мениджмънт и бизнес развитие“ има потенциал да извъпршва консултации по заявка на фирмите като част от ангажиментите в ПЧП, за което е добре да се изготви каталог с направленията по които може да консултира.

Направеното проучване обхваща микро и малки фирми от сферата на металообработването. Но въпросите от анкетните карти може да се насочат и към фирми от други отрасли.

REFERENCES

Avramova, D. (2017) *Benefits of public-private partnership in public procurement*. Proceedings of University of Ruse - 2017, volume 56, book 5.1. p.p. 16-21, URL: <http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp17/5.1/5.1-3.pdf>

Avramova, D. (2017) *Public-Private Partnership in the Example of Titan Ltd*. Journal in Entrepreneurship and Innovation. Issue 9, Year IX, 2017, P.p.134-141, URL: <http://jei.uni-ruse.bg/Issue-2017/11.%20Avramova.pdf>

Avramova, D, Pavlov D. (2018) *Methodology for initiating a public-private partnership with a higher educational institution*. IN: Proceedings of University of Ruse - 2018, volume 57, book 5.1., Ruse, University of Ruse, 2018, pp. 46-50, ISSN 1311-3321. URL: <http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp18/5.1/5.1-9.pdf>

Avramova, D. (2019) *Analysis of the attitude of small machine-building enterprises to PPPs with Ruse university and Department of management and business development*. 58th Science conference of Ruse university - Bulgaria, pp 30-35, ISSN 1311-3321. URL: <http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp19/5.1/5.1-4.pdf>

Avramova, D., Pavlov, D. (2019) *Analysis of existing models for PPP* IN: Proceedings of University of Ruse - 2019, volume 58, book 5.3., Ruse, University of Ruse, pp. 9-16, ISSN 1311-3321, URL: <http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/sns/2019/BM.pdf>

European commission. (2010) *New public-private partnerships for research in the manufacturing, construction and automotive sectors*. Brussels. ISBN 978-92-79-15787-5.

European commission. (2011) *New public-private partnerships for research in the manufacturing, construction and automotive sectors*. Brussels. ISBN 978-92-79-20298-8.

European commission. (2012) *New public-private partnerships for research in the manufacturing, construction and automotive sectors*. Brussels. ISBN 978-92-79-24956-3.

Kanev, E. (2011). *Public-private partnership. Principles, models and politics for private supply of public services*. „Iztok-Zapad“, ISBN 978-954-321-823-3. (Оригинално заглавие: Кънев, Е. Публично-частно партньорство. Принципи, модели и политики за частно предлагане на публични услуги. Изд. „Изток-Запад“, 2011).

Koen Jonkers. (2018) *A Regional Innovation Impact Assessment Framework for Universities*. European Commission. JRC Discussion Paper Joint Research Centre, Brussels January 2018 URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/regional-innovation-impact-assessment-framework-universities> , 20 Feb 2020.

National Institute of Statistics. (2008) *Classification of Economic Activities*. Sofia. URL: <https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/KID-2008.pdf> (Оригинално заглавие: НСИ. КИД-2008)

Pavlov, D., Nizamov, A., Rudawska, J. (2016) *Public - private partnerships and other financing models for research and innovation // DEVELOPMENT AND DELIVERY OF THE TRAINING PROGRAMME - Towards the Modernization of High Education Institutions in Uzbekistan (MATCHES project)*. pp. 108-165, PRIMAX, Bulgaria. ISBN 978-619-7242-16-4.

THU-ONLINE-SSS-EM-09

THE ROLE OF TRADEMARK IN CONSTRUCTING A MODEL FOR SMALL BUSINESS GROWTH⁹

Neli Rasheva – PhD Student

Department of Management and Business Development

University of Ruse “Angel Kanchev”

Tel.: 0888860759

E-mail: nrasheva@uni-ruse.bg

Assoc. Prof. Daniel Pavlov, PhD

Department of Management and Business Development,

University of Ruse “Angel Kanchev”

Phone: 0884343132

E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Abstract: Numerous research studies are devoted to investigating factors related to growth. We suggest that trademarks can positively affect firm's performance. This report is focused on some fundamentals models for business growth and the role of trademark for constructing an applicable model for small manufacturing companies in Bulgaria. This report is part of PhD research.

Keywords: models of growth, trademark, small manufacturing company

ВЪВЕДЕНИЕ

През последните години фокуса на много от проучванията в икономическата литература е насочен към оценяване ролята на малките фирми в икономическия живот на държавата и към търсене на адекватен и адаптивен модел, който най-точно да представи факторите, които оказват влияние върху техния растеж. Пред малките фирми стои предизвикателството от една страна да осигурят качество на предлаганите продукти или услуги, а от друга да поддържат оперативните си разходи ниски, за да са конкурентноспособни и да отговорят на изискванията на пазара. Това предполага да развият гъвкавост и иновативност, да създадат и наложат на пазара собствен продукт или услуга, които най-бързо и лесно могат да се защитят чрез регистрация на търговска марка.

Интересът към проучване на проблема е породен от:

- Теоретико-емпиричните изследвания в икономическата литература са насочени към предлагане на различни модели, които показват влиянието на различни фактори върху растежа на фирмата, но липсва конкретно адаптиран модел към малките производствени фирми в България, който да изследва управлението на техния растеж чрез права върху интелектуална собственост и по-конкретно чрез права върху търговска марка.

- Много проучвания са насочени към изследване на правата върху търговска марка като се акцентира на значението ѝ като стимул за иновативното представяне на малките фирми, предимно от високо-технологичните производства и сферата на услугите. Недостатъчно е изследвана ролята на търговската марка като основен инструмент за постигане на растеж и разширяване на пазарните позиции при малките фирми от ниско-технологичните производства в България

Обект на изследването са моделите за фирмен растеж, а предметът: търговската марка като ключов елемент в изграждане на модел за растеж на малките предприятия.

⁹ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Ролята на търговската марка в изграждане на модел за растеж на малките фирми.

Целта на настоящия доклад е да се представят някои от съществуващите в икономическата литература концептуални модели за фирмен растеж и ролята на търговската марка за изграждане на адаптивен модел за растеж на малките фирми в България. Основни задачи пред изследването са:

- Първо, преглед на основните подходи и концептуални модели за фирмен растеж.
- Второ, очертаване на ролята на търговската марка като водещ елемент от модела за растеж на малките ниско-технологични производствени фирми в България.

Настоящият доклад е част от дисертационно проучване.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Проучване на някои от съществуващите теоретични и емпирични модели за фирмен растеж

Растежът на фирмата може да се определи като увеличаване на обема на производството чрез ефективно използване на ресурсите, които имат за резултат нарастване на доходността на капитала и пазарната стойност на фирмата. П. Дейвидсон (2005) посочва, че понятието растеж се използва както за промяната в размера на фирмата, така за процеса, който води до тази промяна. Голям брой от ранните изследвания насочват своите усилия върху изследване на връзката между размера и възрастта на фирмата и нейния растеж. По-късните теоретични и емпирични изследвания обвързват растежа преди всичко с ресурсния потенциал на фирмата, използваната стратегия, средата, в която организацията функционира, личността на предприемача, иновативния потенциал.

Най-широко използваният метод за изследване на растежа е *анализа на жизнения цикъл на организацията*, на базата на който са разработени различни модели. В основата на теорията е разбирането, че организацията е сложен организъм в състояние на непрекъснато развитие, което преминава през предсказуеми фази по подобие на живите организми - начало, растеж, зрялост, спад и залез като на всеки етап от развитието си фирмата трябва да преодолее различни организационни и стратегически предизвикателства. *Моделът на Л. Грейнер* разграничава пет етапа на развитие на организацията, в които всеки еволюционен период създава своя собствена революция – това е период на бурно развитие на организацията, изискващ сериозно преразглеждане на управленските методи (Kasarova, 2011).

Моделът на Чърчил – Луис (1983) акцентира върху осем фактора, които влияят на растежа при малките фирми, четири от които са свързани с фирмата (финансови ресурси, човешки ресурси, системни и бизнес ресурси), а другите четири с личността на собственика (цели; оперативни способности; управленски способности и готовност да делегира отговорност и да управлява дейностите на другите; стратегически способности). Етапът на развитие на фирмата определя методите на управленските, с които трябва да се работи. (Kasarova, 2011) Познаването на етапа на развитие и бъдещите планове дават възможност на мениджърите да направят по-информиран избор и да подготвят себе си и своите компании за следващите предизвикателства. Интересен *модел за растеж предлага И. Адизес*. Два важни фактора са в основата на този модел: гъвкавост и контролируемост. Според този модел в процеса на израстване всяка организация се сблъсква и справя с различни проблеми като проявява гъвкавост, а в етапите на стареене способността да преодолява промените намалява и водеща става ролята на контрола.

В последните години моделите за жизнения цикъл са подложени на критика като се налага схващането, че фирмите не следва да се разглеждат като биологични, а като социални образувания и техният растеж може да бъде постигнат с помощта на промяна на вътрешната и външна среда с активното участие на предприемача. Тези модели до голяма степен не могат да бъдат приложени за малките фирми, тъй като не всички от тях следват предложените етапи в своето развитие. Касарова (Kasarova, 2011) посочва, че „поради непредсказуеми фактори като знанието и технологиите, абсорбационните възможности, адекватността на

преценката на собствената си конкурентна среда, последователността на етапите може да бъде разнородна в малките предприятия”. Много от малките фирми не си поставят за цел постигане на растеж и икономическото им представяне се свежда най-вече до търсене на начини за оцеляване.

Пенроуз (2009) счита, че растежът на фирмата се определя от вътрешни и външни за нея фактори. Вътрешните фактори са свързани с характеристиките на самата фирма като размер и възраст; характеристиките на човешките ресурси и на мениджъра, както и със стратегическия избор на фирмата. Ролята на мениджъра заема централно място в модела, защото растежа изисква планиране и управленски ресурси, съобразени със спецификата на фирмата. Към външните фактори, оказващи влияние на растежа, Пенроуз посочва развитие на търсенето на продукта, пазарното поведение на конкурентите, предлагането на производствени фактори, особеностите на местната бизнес среда. **Моделът за растеж на Storey** обобщава три основни групи фактори, влияещи върху растежа на фирмата. Те са свързани с личността на предприемача (мотивация, опит, възраст, управленски опит, образование, функционални умения, др.), с фирмата (възраст, размер, правна форма, секторна принадлежност, местонахождение др.) и с нейната стратегия (нови технологии, пазарно позициониране, обучение на персонала, др.). Според Storey комбинирането по подходящ начин на всички тези елементи е условие за постигане на растеж. (Foundation, 2019).

В опит да изследва растежа при малките фирми, **Пер Дейвидсън (2005)** изгражда интегративен модел като включва широк кръг от вътрешни и външни за фирмата детерминанти. В центъра на модела обаче е поставена личността на предприемача като се застъпва тезата, че мотивацията на предприемача е в основата на растежа при малките фирми. Три са факторите, според Дейвидсън, които влияят върху мотивацията за растеж – способност, необходимост и възможност като променливите, показващи различия в необходимостта от растеж според него са с най-голямо влияние. Мотивацията е разглеждана като стремеж за разширяване на бизнеса. Образованието и опита на предприемача са от значение за растежа, само ако има желание за това. Подобен на предложения от Дейвидсън е **моделът на Ahlström (Limér, 2004)**, в който централно място заемат: компетенциите и ресурсите за растеж, потенциала за растеж и амбициите за растеж. Основната теза тук е, че фирмата се нуждае от ресурси и компетентност, за да може да се възползва от съществуващия потенциал за растеж и че е трудно да се постигне растеж, ако амбициите за растеж за това не съществуват.

Изложените концептуални модели са само част от опитите на редица изследователи да идентифицират основните фактори, които влияят върху растежа на фирмата. Няма обаче унифициран теоретичен модел за растеж на малките фирми. При изследването на спецификите на растежа на малките предприятия в България може да се използва съществуващата богата фундаментална база като се отчитат особеностите на местната бизнес среда, социо-културното, икономическо и политическо развитие на съответния регион, както и особеностите на характеристиките на собствениците на малък бизнес и на самата фирма.

Ролята на търговската марка като водещ елемент в модела за растеж на малките производствени фирми в България

Литературните източници изобилстват с теоретико-емпирични изследвания за влиянието на иновациите върху растежа на фирмата и в частност на малките фирми, като интереса е насочен предимно към бързоразвиващите се фирми от високо-технологичните сектори като ИТ и комуникации. Недостатъчни са изследванията, насочени към ролята на търговската марка за икономическото и пазарно представяне на малките фирми с ниско-технологични производства. Ефектите от използването на търговска марка са изведени от емпиричните изследвания на фирми от цял свят. На базата на проучвания, проведени в Германия, Франция, Великобритания и САЩ за стимулите, които влияят върху решението на

фирмите да регистрират собствена търговска марка, някои автори (*Greenhalgh and Rogers, 2007 ; Dinlersoz et al., 2018 ; Grass, 2005; Millot, 2011*) правят следните заключения:

- Решението за регистрация е свързано с желание: за преодоляване на разстоянието между фирмата и нейните клиенти, диференциране на продукта на пазара и оценка на неговото качество от страна на потребителите
- Фирмите с регистрирана търговска марка подобряват рентабилността и производителността си в сравнение с останалите фирми. Наблюдава се увеличение на средната заетост и приходите от продажби.
- Търговската марка привлича повече нови клиенти и изгражда лоялност и търговска репутация.
- Търговската марка стимулира активността на фирмата по отношение на разработване на нови продукти и защитата им с патентно право. Репутацията на търговската марка мотивира фирмата да подобрява качеството на своите продукти, а продажбата на нов продукт балансира липсата на опит на клиентите с продукта

Интересът от проучването на търговската марка като елемент от модела за растеж при малките производствени фирми с ниско-технологични производства, каквото е производството на облекла в България е продиктуван от това че:

➤ Микро- и малките фирми представляват значителен дял от общо нефинансовите предприятия в България като осигуряват заетост на голяма част от населението като тяхното икономическо представяне пряко рефлектира върху макроикономическите показатели на държавата. Конкурентните предимства на малките фирми от конфекционния бранш се основават предимно на качествена продукция и ниски цени на труда. Опростената им организационна структура, липсата на специализирани развойни звена и ниско-технологична база ги поставят в позицията на подизпълнители, като тяхното съществуване се предопределя от стратегията и развитието на големите фирми в бранша и от тази на чуждестранните възложители. По този начин се ограничава пазарната им позиция, възможностите за развитие и мотивиране на персонала, достъпа до финансови средства и външни пазари и до голяма степен се предопределя тяхното съществуване. В повечето случаи, за да оцелеят малките фирми съществуват на границата на сивата икономика. Това пряко рефлектира върху социално-икономическото и демографско развитие на регионите в България. В моментите на глобална криза собствената търговска марка може да е от жизненоважно значение за фирмата с оглед на нейното оцеляване и възможности за реструктуриране на производството.

➤ Търговската марка е една от основните и на най-често използвана форми за защита на интелектуална собственост. Регистрацията на търговската марка е най-бързият и евтин начин да се защити производството на местните малки производители, да се увеличи тяхната конкурентно-способност и ефективност и да се разшири пазарения им дял. За малките производители собствената търговска марка е средство на защита на производството от фалшификация и изграждане на трайни връзки с потенциални клиенти. Производството на качествено и ценово достъпно местно производство би повлияло на избора на потребителя и би ограничило потреблението на вносни нискокачествени стоки, предимно от Турция и Китай.

➤ Търговската марка е нематериален актив на фирмата, който тя може в бъдеще да реализира търговски чрез лицензиране, франчайзинг, продаване и дарение и като по този начин реализира допълнителни приходи.

Икономиката на България е силно зависима от чуждестранните инвестиции, което предопределя ниската иновационна активност на фирмите в България. Проучване на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ констатира като основни предизвикателства пред българските фирми: ниската степен на иновативност, в резултат на недостатъчно сътрудничество между бизнеса, научните среди и висшите учебни заведения; усложнен достъп до източници за финансиране и слаба инвестиционна активност; ниска степен на интернационализация на МСП; висока степен на ресурсна и енергийна

интензивност на производството; ниска степен на приложение на нови технологии; недостатъчна предприемаческа активност и секторна структура на икономиката, която значително се различава от структурата на страните в ЕС. *Пантелеева и колектив (2018)* в свое проучване за състоянието и влиянието на иновациите и интелектуалната собственост върху развитието на фирмите в Българи посочват като основните пречки, възпрепятстващи иновациите, свързани с вътрешно фирмената среда - липсата на специфични познания в иновационната сфера, ниското технико-технологично равнище, липса на информация за динамиката на пазарните процеси, недостатъчният мениджърски опит, недостиг на финансови средства, значителната цена на финансирането, високите преки разходи и затрудненият достъп до финансиране като цяло.

С оглед на това интерес представлява проучването на бариерите пред малките производствени извън-столични фирми, които затрудняват решението им за регистрация на търговска марка и начините за тяхното преодоляване. Основните аспекти на изследване ще бъдат насочени към:

- Проучване на необходимостта и мотивацията на собствениците на малки фирми в България за регистрация на търговска марка с оглед на излизане на фирмата от нейната „зона на комфорт” и промяна на стратегията - от стратегия на оцеляване към стратегия на постигане на устойчив растеж.

- Социално-културните, психологически и образователни характеристики и опит на предприемачите в т.ч.семејна приемственост в бизнеса, които оказват пряко влияние върху решенията им за растеж.

- Ресурсно-техническа обезпеченост на фирмата

- Преодоляване на информационната несигурност за структурата на пазара и определяне на продуктови ниши, в които фирмата може да получи конкурентно предимство чрез използване на услугите на консултантски фирми и браншови организации

- Достъп до информация относно: пазарни предимства на конкурентни фирми с регистрирана собствена търговска марка; навлизане в международни пазари, достъп до финансиране и участие в проекти по европейски програми

- Особенности на външната среда - социално-икономическа, демографска и административна среда.

Ще се търси и ролята на университетите в тези процеси (Kirova et al., 2018), както необходимостта организациите да поддържат интегрирана информационна система, чрез която да управляват растежа (Boneva et al., 2017). Специално внимание на фирменният растеж ще се обърне и на корпоративната социална отговорност с оглед на дигиталните модели за трансформация (Kostadinova, 2019).

ИЗВОДИ

Съществуващите модели дават обща представа за растеж на малките фирми като интересът на проучванията е насочен основно към бързо развиващите се фирми от високо-технологичните производства. Липсват теоретико-приложни разработки, които да предоставят конкретно адаптиран модел за растежа на малките извън-столични ниско-технологични производствени предприятия в България чрез права върху търговска марка. Затова усилията ни ще бъдат насочени към предоставяне на конкретно адаптиран модел за растеж на малките фирми от конфекционната промишленост на регион Русе.

REFERENCES

Chirchill, N., Lewis, V. (1983). *The five stages of small business growth*. URL: <https://cambridgempa.files.wordpress.com/2011/01/stages-churchill-lewis.pdf>

Davidsson, P., Achtenhagen, L., Naldi, L. (2005) *Research on Small Firm Growth: A Review*. URL: www.researchgate.net/publication/27464376_Research_on_Small_Firm_Growth_A_Review (Accessed on 28.04.2020).

Dinlersoz, E., Goldschlag, N., Myers, A., Zolas, N. (2018) *An Anatomy of U.S. Firms Seeking Trademark Registration*. May 2018, USPTO Economic Working Paper No. 2018-02 CES Working Paper 18-22.

Foundation of Applied research and communication (2019) *Smart politics for innovative growth*. (Оригинално заглавие: Фондация „Приложни изследвания и комуникации” Иновации.бг. Интелигентни политики за иновационен растеж, 2019).

Greenhalgh, Ch., Rogers, M. (2007). *Trade Marks and Performance in UK Firms: Evidence of Schumpeterian Competition through Innovation*. Oxford Intellectual Property Research Centre. URL: http://www.economics.ox.ac.uk/materials/working_papers/paper300.pdf (Accessed on 28.04.2020)

Grass, D. (2005). *Which Firms Use Trademarks –and Why? Representative Firm-Level Evidence from Germany*. Center for European Economic Research. URL: <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp14118.pdf> (Accessed on 25.04.2020)

Kasarova V. (2011). Application of the life cycle theory in the organizational and financial diagnostics of the company. UNSS. URL: <http://eprints.nbu.bg/1531/> (Оригинално заглавие: Касарова В. ”Използване на теорията на жизнения цикъл в организационната и финансова диагностика на компанията”, Юбилейна научна конференция по повод 20 години специалност към катедра "Управление", 14.10-15.10.2011, УНСС, София. Авангард Прима, София, сс. 400-417)

Limèr, A., Laveren, E., Van Hoof K. (2004). *A classification model for firm growth on the basis of ambitions, external potential and resources by means of decision tree induction*. URL: <https://www.researchgate.net/publication/4736111> , (Accessed on 25.04.2020)

Millot, V. (2011) *Firms' intangible assets: who relies on trademarks? Analysis of French and German firms' trademarking behaviour*. URL: <https://www.researchgate.net/publication/264884521> , (Accessed on 25.04.2020).

Panteleva, I., Varamezov, L., Kostadinova, N. (2018). *Innovations and intellectual property rights – status and influence on the company development*. (Оригинално заглавие: Пантелева, И., Варамезов, Л., Костадинова, Н. Иновации и интелектуална собственост – състояние и влияние върху фирменото развитие. Алманах научни изследвания, том 25, 2018, част I.)

Penrose E. (2009). *The theory of the growth of the firm*. Oxford University Press. URL: https://books.google.bg/books?hl=bg&lr=&id=zCAUDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=the+theory+of+the+growth+of+firm&ots=HlMb5y_3lj&sig=x4oBvSV2g2n8sguLQKCh2tos9Mc&redir_esc=y#v=onepage&q=the%20theory%20of%20the%20growth%20of%20firm&f=false (Accessed on 25.04.2020)

Kirova, M., Nedyalkov, A., Pencheva, M., Yordanova, D. (2018). *University as Prerequisite for Sustainable Regional Development in International Context*. IN: Proceedings of the 18th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences, University of Zilina, Slovak Republic, 10-11 October 2018, Web of science, 2018, pp. 2578-2585, ISBN 2454-0943. URL: <https://www.researchgate.net/publication/329802157>

Boneva, M., Petkov, A., Nedyalkov, A., Sheludko, I. Vitliemov, P. (2017) *Application of integrated information system for process management in the organisations*. PRIMAX. pp 101, ISBN 978-619-7242-24-9 (Оригинално заглавие: Бонева, М., Петков, А., Недялков, А., Шелудко, И., Витлиемов, П. Приложение на интегрирани информационни системи за управление на процесите в организациите. Русе, Примакс, 2017). URL: <https://www.researchgate.net/publication/313376927>

Kostadinova, I. (2019). *Digital Models for Transformation of Corporate Social Responsibility Education*. IN: Conference Proceedings of 29th Annual Conference of the European Association for Education in Electrical and Information Engineering – EAEIE 2019, IEEE Digital Xplore., DOI 10.1109.EAEIE46886.2019, 2019, pp. 277-281, ISBN 978-1-7281-3222-8.

THU-ONLINE-SSS-EM-10

IMPACT OF MIND MAPS FOR IMPROVEMENT OF INTRAPRENEURSHIP IN SMALL INDUSTRIAL COMPANIES¹⁰

Denitsa Fileva – PhD Student

Department of Management and Business Development

University of Ruse “Angel Kanchev”

Tel.: 0878947135

E-mail: romanova.fileva@abv.bg

Assoc. Prof. Daniel Pavlov, PhD

Department of Management and Business Development,

University of Ruse “Angel Kanchev”

Phone: 0884343132

E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Abstract: The objective of this paper is to develop a methodological approach for application of mind maps in small industrial companies, focused on improving intrapreneurship. Limitation of research is the application of mind maps in the quality management system at small machine-building enterprises. Clarifications are made regarding the intrapreneurship in small machine-building enterprises and potential internal entrepreneurs based on the quality management system are analyzed. Methodological approach for the application of mind maps for stimulating intrapreneurship in machine-building enterprises is outlined. Indicators for evaluating the efficiency of the application of mind maps for successful encouragement of intrapreneurship are presented. As a conclusion, it can be asserted that mind maps can be a powerful tool for improving intrapreneurship.

Keywords: Mind Maps, Intrapreneurship.

JEL codes: L26, M13

ВЪВЕДЕНИЕ

По данни на Българската агенция за инвестиции (Invest Bulgaria Agency, 2012) първото машиностроително предприятие е основано в гр. Русе през 1878 г., а малко по-късно и първата корабостроителница в страната ни (1881 г.), както и първият завод за производство на земеделски машини (1907 г.).

В началото на 21-ви век в Русе преобладават големи машиностроителни предприятия, подчинени на международни компании, докато в малкия бизнес интелектуалната собственост се оказва ключ към неговото оцеляване и развитие.

В същото време расте и нуждата от инициативни служители, наречени „вътрешни предприемачи“. Тяхната дейност все повече влияе върху управлението на качеството и цялостния успех на машиностроителните предприятия. Собствениците на тези предприятия са изправени пред необходимостта да прилагат определени методики и подходи, които да подтикнат вътрешните предприемачи към разкриване на своя потенциал в полза на предприятието.

В този ред на мисли, целта на настоящата разработка е да се обоснове методически подход за прилагане на мисловни карти в малки производствени предприятия, фокусиран върху подобряването на вътрешното предприемачество.

Поставените задачи са: 1) да внесат разяснения за вътрешното предприемачество в малки машиностроителни предприятия; 2) да очертае методически подход за прилагане на мисловни карти за стимулиране на вътрешното предприемачество в машиностроителни

¹⁰ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Влияние на мисловните карти върху вътрешното предприемачество за подобряване на системата за управление на качеството в малки производствени предприятия.

предприятия; 3) да се представят показатели за оценка на ефективността от приложението на мисловните карти за успешно стимулиране на вътрешното предприемачество.

Ограничително условие на проучването е приложението на мисловните карти за подобряване на системата за управление на качество в малки машиностроителни предприятия.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Вътрешно предприемачество в малки машиностроителни предприятия

Най-общо „предприемачеството“ може да бъде определено като създаване или извличане на стойност, като в тази дефиниция се включва не само извличането на икономическа полза, но тя е свързана с промяна на ценности (Gaddefors & Anderson, 2017).

В същия източник могат да се прочетат разнообразни и взаимнодопълващи се определения за предприемачеството като цяло, но в широк смисъл предприемачеството се определя и като (Nikolov, 2013): *„...специфичен фактор на общественото възпроизводство, който осигурява необходимата динамика във възпроизводствения процес чрез създаване на нови, по-ефективни комбинации на факторите на производство“*.

Вътрешното предприемачество се представя от Narlev (2007), който посочва, че то *„може да се изследва и анализира като резултат от усилията и въздействията на предприемаческото управление в една съвременна организация“*. Съществуват и различни особености пред предприемачеството, свързани с мотиви, лични качества, пресметнат риск, специфични знания и умения и др.

В исторически план, за основоположник на термина “вътрешно предприемачество” (intrapreneurship) се приема Pinchot (1985), който го обосновава в книгата си *„Вътрешно предприемачество: Защо не е нужно да напускате корпорацията, за да станете предприемач“*.

От друга страна, **машиностроителните предприятия** имат различни особености, които са (Koleva & Enchev, 2015): *„... с нарастваща сложност; многообразие и динамика с честа смяна на произвежданите изделия; нарастване на номенклатурата и модификациите“*.

Нещо повече Novakov (1981) уточнява, че машиностроителното предприятие се характеризира с *„непрекъснатото увеличаване на машиностроителната продукция при едновременно възникване на нови подотрасли и производства, постоянното разширяване на номенклатура на производствените машини и съоръжения в резултат на ускореното развитие на научно-техническия прогрес, сложната и разнообразна технология на машиностроенето и неговата решаваща роля за комплексното развитие на отделните икономически райони - налагат изграждането не само на големи, но и на значителен брой средни и големи по размер машиностроителни предприятия“*.

Други автори открояват и конкретните продукти, които машиностроителните предприятия произвеждат в Северен централен район на нашата страна, като се отчита водещото място на Русенския регион (Minev, Naydenov & Nedyalkov, 2014).

Според други източници важноста на машиностроителните предприятия се обуславя от технологичната структура, съответно проектираните технологични и производствени системи, както и определен подход при проектирането, планирането и оперативното им управление. *„Неточното му определяне предопределя нерентабилна и/или некачествена работа на съответната производствена машиностроителна структура.“* (Nedelchev, 2014).

За нуждите на настоящата разработка е нужно да се посочат кои са потенциалните вътрешни предприемачи в машиностроително предприятие (табл. 1), като за основа се взема системата за управление на качеството.

Таблица 1. Позиции в машиностроителни предприятия с потенциал за вътрешно предприемачество

Позиция	Кратка длъжностна характеристика *
<i>Контрольор качество</i>	Занимава се цялостната дейност по осъществяване на контрол на качеството върху производството. Създава и поддържа информационна система за съществуващите стандартизационни документи. Анализира причините за производствената некачествена продукция и предлага мерки за отстраняването им. Контролира внедряването и качеството на нови продукции.
<i>Началник цех</i>	Занимава се с дейността на цеха. Контролира своевременното снабдяване на цеха с инструменти, машини, суровини, работно облекло и лични предпазни средства. Осигурява складирането и съхраняването на готовата продукция. Контролира спазването на производствената и технологична дисциплина.
<i>Ръководител производство</i>	Занимава се с дейността на цеха. Контролира своевременното снабдяване на цеха с инструменти, машини, суровини, работно облекло и лични предпазни средства. Осигурява складирането и съхраняването на готовата продукция. Контролира спазването на производствената и технологична дисциплина.
<i>Отговорник по качеството</i>	Занимава се с създаване и поддържане на информационна система за съществуващите стандартизационни документи. Анализира причините за производствената некачествена продукция и предлага мерки за отстраняването им. Контролира внедряването и качеството на нови продукции.
<i>Координатор СУК</i>	Занимава се с писане и поддържане на системата за управление на качеството в дадена организация. Попълва и следи за правилното изпълнение на процедурите на предприятието и спазването на политиката по качество на съответната предприятие.
<i>Метролог</i>	Занимава се разработване и прилагане на принципи, методи и средства за метрологично осигуряване, сертификация, изпитване и оценяване на безопасност и качество на продукти и процеси определени с международната, европейска и национална нормативна база - законодателни актове и стандарти.
<i>Мениджър проекти и иновации</i>	Занимава се подпомага и отговаря за изготвянето на план за протичането на съответния проект. Наблюдава и контролира разходите по проекта съгласно предварително одобрения бюджет. Редовно изготвя и представя на техническия директор и Отдел управление на инженерната дейност доклади за състоянието на проекта – график, приходи, разходи, риск и др.

*Заб.: Длъжностните характеристики са адаптирани от: <https://zbut.bg/docs/Sbornik-tipovi-dlajnostni-harakteristiki-www.zbut.bg.pdf> (последен достъп 12.04.2020)

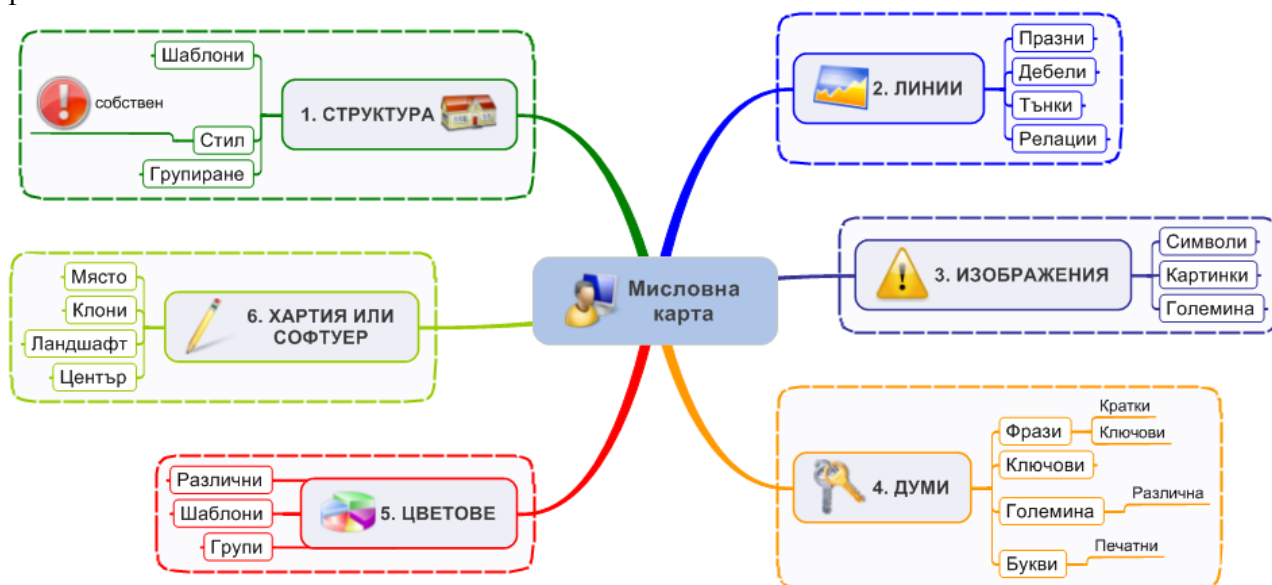
Разбира се, има и други подходящи длъжности, но за нуждите на това проучване списъкът с потенциалните вътрешни предприемачи е ограничен до споменатите в табл. 1.

Място на мисловните карти за стимулиране на вътрешното предприемачество

Тони Бюзан описва зараждането и функционирането на мисловните карти във всяка една област – „Еднообразните (едноцветни) записки са скучни за окото. Поради това те лесно се пренебрегват и забравят. Освен това стандартните записки често се водят под формата на безкрайни еднакво изглеждащи списъци. Самото им еднообразие довежда мозъка до полухипнотично състояние, в което му е почти невъзможно да запомни нещо.“ (Buzan & Buzan, 2010). В едно от известните си интервюта през 2010 Тони Бюзан посочва: „Картите на ума са сходни по структура с концептуалните карти, разработени от

обучаващи се експерти през 70-те, но се различават по това, че картите на ума се опростяват, като се фокусират около една единствена концепция на централния ключ.“

Горните правила и препоръки са обобщени във вид на мисловна карта и представени на фиг. 1.



Фиг. 1. Изображение на мисловна карта (Nedyalkov, 2011)

В следващите редове на разработката са представени основни елементи, по които се изяснява как една мисловна карта може да се приложи за стимулиране дейността на вътрешните предприемачи в малко машиностроително предприятие.

За отправно начало се ползва публикацията за приложение на мисловните карти за управление на проекти (Nedyalkov, 2011), въз основа на която се предлага методически подход за прилагане на мисловните карти в малко машиностроително предприятие, като основни стъпки са:

- 1) Сформиране на подходящ екип от потенциални вътрешни предприемачи на машиностроителното предприятие, описани в табл. 1.
- 2) Пред вътрешните предприемачи от машиностроителното предприятие се поставя дума или изображение в центъра на бял лист хартия, насочено към определен проблем, цел или задача. Примерни ръководители на процеса са: собственика на предприятието, упълномощено от него лице, външен консултант и др.
- 3) Чрез асоциации с помощта на линии, наподобяващи клони, вътрешните предприемачи описват определени думи/асоциации, изображения, символи, напомнящи за връзките с първоначалното изображение/дума в центъра на белия лист. Използват се различни цветове, картинки и словосъчетания, за да се изобрази по-ясно решение, идея или мисъл свързана с решение на проблема на машиностроителното предприятие.
- 4) Изготвяне на точно и ясно дърво. Трябва да има разграничаване на думата или изображението в центъра на листа от второстепенните определения, думи, идеи чрез удебеляване на линиите и използването на различни цветове.
- 5) Анализ и констатация на новите идеи и предложения в следствие на създадената мисловна карта.

За успешното изпълнение на последната стъпка е нужно да има ясни показатели, чрез които да може да се представи количествена оценка за очакваните (и реално достигнатите) ползи за машиностроителното предприятие от предлаганите идеи. В следващия раздел се предлага такава система от показатели.

Показатели за оценка на ефективността от приложението на мисловната карта за успешно стимулиране на вътрешното предприемачество

Съществуват различни измерители за ефективност, но в табл. 2 са предложени основни показатели за оценка на ефективността от прилагането на мисловни карти, фокусирано върху стимулиране на вътрешното предприемачество.

Таблица 2. Основни показатели за оценка на ефективността от приложението на мисловни карти

Име на показателя	Описание на показателя	Източник на информация за данни относно показателя	Стойности на показателя (над или под; от-до...)
Ефективност при осъществяване на нови проекти	Прави се оценка се извършва от ръководителя на организацията. Като база за взимане на това решение се използват следните индикатори: – съответствие на проекта и резултатите от него към целите на организацията; – повишаване на ефективността; – повишаване на реномето на организацията; – финансови загуби; – демотивация на проектния екип; – увеличаване на клиентите на предприятието.	“Дневник на ефективността на нови проекти”	В зависимост от изискванията на конкретното предприятие
Подобряването на работните процеси	Статистика на развитието и ефективността на работните процеси	“Дневник на подобренията и актуализирани работни процеси според СУК”	В зависимост от изискванията на конкретното предприятие
Повишаване на приходите	Статистически данни, които дават информация за приходите на дадена машиностроителна организация	Таблица за съхранение на информация от всички приходи, свързани с предприятието и отбелязани в “Дневник на приходите”	В зависимост от изискванията на конкретното предприятие
Движението брака в производството	Статистически данни, попълвани регулярно за да покажат приливи и отливи в броя на брака в производството	„Дневник за брака“ за определената година на електронен носител	В зависимост от изискванията на конкретното предприятие
Удовлетворение на персонала	Събират се мненията на персонала на предприятието и се преглежда статистика с напусналите и назначени служители	Анкети за удовлетвореността	Според броя точки: – Неудовлетворени – Средно ниво – Удовлетворени
Нови клиенти и развитие	На базата на сключени договори с нови клиенти се прави статистика за успехите и развитието на предприятието	Таблица в електронен вариант	В зависимост от изискванията на конкретното предприятие

ИЗВОДИ

На основата на изложените аргументи могат да се направят следните основни изводи:

- Направени са разяснения относно вътрешното предприемачество в малки машиностроителни предприятия, като са анализирани потенциални вътрешни предприемачи от системата за управление на качеството.
- Очертан е методически подход за прилагане на мисловни карти за стимулиране на вътрешното предприемачество в машиностроителни предприятия.
- Представени са показатели за оценка на ефективността от приложението на мисловните карти за успешно стимулиране на вътрешното предприемачество.

В заключение може да се твърди, че мисловните карти могат да се окажат сериозен инструмент за подобряване на вътрешното предприемачество.

REFERENCES

- Buzan, T., Buzan, B. (2010). *Your brain can do everything*. (**Оригинално заглавие:** Бюзан, Т. *Твоят ум може всичко*. Софт Прес, 2010.)
- Gaddefors, J., Anderson, A. (2017). *Entrepreneurship and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs* // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 23(2), 267-278.
- Invest Bulgaria Agency (2012). *Machine Building. Basic Facts: Milestones of Bulgarian Machine Building*. URL: <https://www.investbg.government.bg/en/sectors/facts-17.html> (Accessed on 13.04.2020).
- Koleva, S., Enchev, M. (2015). *Machine production in Bulgaria – specifics, requirements, effectiveness* // Proceedings of the University of Ruse “Angel Kanchev”. 54(2), pp. 145-147. (**Оригинално заглавие:** Колева, С., Енчев, М. (2015). *Машиностроителното производство у нас – белези, изисквания, ефективност*. Научни трудове на Русенския университет. 2015, 54(2), 145-147).
- Minev, B., Naydenov, N., Nedyalkov, A. (2014). *Methodic for research of technical supply to machine building companies* // Proceedings of the International Scientific Conference “Change management”. Primax, pp. 145-155. (**Оригинално заглавие:** Минев, Б., Найденов, Н., Недялков, А. (2014). *Методика за изследване на осигуряването с техника в машиностроителни предприятия* // Сборник трудове от Международна научна конференция „Мениджмънт на промяната“, 145-155, Русе: Примакс).
- Narlev, J. (2007). *Intrapreneurship – opportunities innovation* // Management and Sustainable Development, 1(16), 314-319. (**Оригинално заглавие:** Нарлев, Ю. (2007). *Вътрешното предприемачество - възможната иновация* // Управление и устойчиво развитие, 1(16), 314-319).
- Nedelchev, D. (2014). *Machine building technologies*. TU-Varna. (**Оригинално заглавие:** Неделчев, Д. (2014). *Машиностроителни технологии*. Варна: Университетско издателство ТУ-Варна).
- Nedyalkov, A. (2011). *Application of mind maps in project management* // Proceedings of the International scientific conference “Project management”. Association of the professors in economics and management of the industry. Sofia. pp.183-191. (**Оригинално заглавие:** Недялков, А. (2011). *Приложение на мисловните карти в управлението на проекти* // Сборник доклади от Международна научна конференция „Управление на проекти“, София: Асоциация на преподавателите по икономика и управление в индустрията, 183-191).
- Nikolov, N. (2013). *Entrepreneurship and entrepreneurial activity of the companies* // International Scientific Conference “Modern model of the European Union and the place of Bulgaria in it. Botevgrad. MVBU, 3, pp.578-593. (**Оригинално заглавие:** Николов, Н. (2013). *Предприемачество и предприемаческа дейност на фирмите* // Международна научна конференция „Съвременният модел на Европейския съюз и мястото на България в него“, Ботевград: МВБУ, 3, 578-593.).
- Novakov, B. (1981). *Economics and organization of machine-building company*. University of Ruse „Angel Kanchev“. (**Оригинално заглавие:** Новаков, Б. (1981). *Икономика и организация на машиностроителното предприятие*. Русе: ВТУ „Ангел Кънчев“).
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur*. New York: Harper and Row.

THU-ONLINE-SSS-EM-11

DEVELOPMENT OF BIO ENTREPRENEURSHIP¹¹

Berna Dzhandemirova – Bachelor Student

Department of Management and Business Development
University of Ruse “Angel Kanchev”
Tel.: 0885521256
E-mail: berna.djandemirova9@gmail.com

Assoc. Prof. Daniel Pavlov, PhD

Department of Management and Business Development,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Phone: 0884343132
E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Abstract: *The paper presents some of the specifics of the bioentrepreneurship in support to those agricultural producers who aim to produce healthy food. Such activity is traditional for the rural areas all over the world. The tasks are: (1) To present some types of entrepreneurs; (2) to describe some historical aspects of the bio production; (3) to analyze some aspect of the modern Bulgarian output of the bio agricultural production.*

Keywords: *Bio, entrepreneurship, agriculture*

ВЪВЕДЕНИЕ

През последните години се забелязва все по-голямо търсене на здравословни и биологично чисти качествени продукти, които са произведени чрез прилагането на добри земеделски практики с грижа към околната среда и здравето на хората. Кризата, породена от COVID-19, допълнително засили интереса на редица физически лица да се обърнат към биоземеделие и да потърсят устойчив модел на производство на качествени и здравословни селскостопански продукти.

Целта на настоящия доклад е да представи някои особености на предприемачеството в подкрепа на усилията на биоземеделците да стартират дейност, традиционна за населението от малките общини.

Задачите пред доклада са:

- Да представи особености на предприемача.
- Да се посочат исторически моменти в развитието на биологичното земеделие.
- Да се представи част от състоянието на биологичното земеделие в България

Докладът би бил полезен за потенциални предприемачи, които обмислят идеята за стартиране на биологично производство.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Особености на предприемача

В доклада за проучване и анализ на програма за развитие на селските райони, създаден от МИГ „Долни Чифлик и Бяла“, се посочва, че „предприемачът е особен индивид, откриващ алтернативи за бизнес, притежаващ свои присъщи характеристики, различни от тези на обикновения икономист“ (Stupka po stupka BT, 2018).

Съществуват различни класификации на предприемачите (The Entrepreneurship, 2015):

- Динамичен предприемач; вътрешен предприемач

¹¹ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Развитие на биологичното предприемачество.

- Патриархален предприемач (авторитетен предприемач); Либерален предприемач (демократичен)

- Безнравствен предприемач; Морален предприемач; Полуетичен предприемач

Ако биологичният производител вече е поел по пътя на реализирането на идеите си, има много примери и ролеви модели, които може да последва, и такива, които съзнателно да избягва.

Разпознават се различни източници и носителите на предприемаческа култура, които формират биологичния производител, сред които (The Entrepreneurship, 2015):

- Семейна среда, родители – семеен бизнес унаследен от членовете на семейството и осигуряване на приемственост. Тук расте и ролята на междупоколенческите семейни бизнеси като инструмент за опазване на семействата и управление на предприемаческия риск (Pavlov et al., 2017, Bakracheva et al. 2020).

- Образование – общо обучение за по-висока култура и специализирано (професионално) обучение в дадена област. От друга страна, не всеки студент може да стане предприемач (Pavlov, 2014; Kirova et al., 2018).

Биологичният предприемач е социално отговорен, защото той предлага на пазара здравословна храна. Така, чрез неговите действия, се запазва и подобрява здравословното състояние на клиентите в региона (Kunev et al., 2017). В същото време, различни учени (Kostadinova et al., 2019) отдават все по-голямо значение на обучението по корпоративна социалната отговорност като инструмент за успешно фирмено развитие. Например, сътрудничеството между фирми и университет може да е база за разгръщане на публично-частно партньорство (Avramova, 2017). Високата степен на дигитализация принуждава все повече малки предприятия да изградят и поддържат интегрирана информационна система (Boneva et al., 2017).

Исторически моменти в развитието на биологичното земеделие

Отделните правителства в страните по света години назад във времето са оценили значимостта на предприемачеството и подпомагането на процесите по формиране на малки и средни бизнеси (Hristova, 2018). Една от основните насоки в развитието на обществените отношения е европеизацията на дребното българско предприемачество (Deneva, 2001).

В началото на 20-ти век започват да се създават и различни теории как рентабилното производство да бъде преодоляно. Рудолф Щайнер, австрийски философ и родоначалник на антропософията, пръв създава нова концепция за земеделие, в което фермата се възприема като самодостатъчен жив организъм. Неговият ученик Пфайфер нарича тази теория “био динамично земеделие”. За първи път терминът „биологично земеделие“ се използва от сър Уолтър Джеймс през 1939 г. Терминът е следствие от концепцията „стопанството като организъм”, който той използва и разяснява в книгата си „Поглед към Земята”, в която противопоставя биологичното срещу химическото земеделие. (Manual in good agricultural practices).

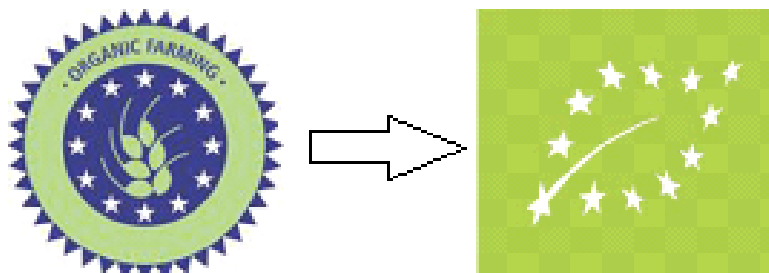
Първият етикет за био продукция (DEMETRA) е регистриран през 1954 г. В Париж през 1972 г. няколко (International Federation of Organic Agriculture Movements). През 80-те години фермери и консуматори започват да упражняват натиск върху правителствата за регламентиране на биологичното земеделие. Това води до създаването на нови закони и стандарти през 90-те. През 1991 г. Европейската Комисия приема Регламент 2029/91, в който са по-сочени изискванията, на които да отговарят биологичните продукти.

През 2002 година Съветът на Европейската комисия създава официална дефиниция на понятието “органично (биологично) екологично земеделие”. На практика термините биологичен, екологичен и органичен (съкр. био, еко, органик) би трябвало да означават едно и също. Всяка една държава има право да избере с кое от трите наименования да нарича продуктите, произведени в нея, отговарящи на европейския регламент. Биологични се наричат, например, във Франция, Белгия, Холандия, Италия, Португалия и др., еко в

Унгария, Испания, Финландия, Швеция и др., органик в Ирландия, Великобритания и др. Затова и в Закона за прилагане на Общите организации на пазарите на земеделски продукти на Европейския съюз съществуваше текст, че продукт, който се предлага на пазара като био, еко или органик, трябва задължително да е био сертифициран. (Law for application..., 2018).

Ето защо най-сигурният начин да разпознаете био продуктите, сертифицирани като такива, е логото „зелен лист“ и обозначенията под него, които могат да бъдат проверени. Други подвеждащи твърдения, особено популярни напоследък, са „домашен“ и „натурален“. Ако един продукт е домашен наистина, то значи той е произведен вкъщи и имате право да го ядете в семейството или с приятели, но не и да го продавате за продажба с комерсиална цел. Натурален не е нищо повече, освен обратното на синтетичен – т.е. не носи никаква информация за потребителите. Това потвърждава, че въвеждането на единен национален знак за биологични продукти е важен фактор за продажбите на тези храни.

Европейското законодателство наложи след 1 юли 2010 г. производителите на пакетиран биологични храни да използват "ново" биологично лого на ЕС2 (Фиг. 1). Новият знак е въведен с Регламент на Комисията 271/2010 от 24 март 2010 г. и за разлика от предишната маркировка, тази е задължителна за биопродуктите. Май месец 2016 година Европейската Комисия промени списъка на препаратите, разрешени в биологичното производство, като добави 39 нови вещества. Новият регламент за производството и етикетирането на биопродукти получи широка подкрепа от всички държавни членки на Съюза. С цел по-голяма ефективност и бързодействие се опростяват се и правилата за одобрение на продукти за био земеделието. (BIOZEMEDELIE.COM, 2016). Новият регламент е изцяло в съответствие с принципите и целите на био производство и е съобразен с препоръките на експертната група по биологично производство.



Фиг.1 Старият и новият европейски знак за биологично земеделие в сила от 01.07.2010 г.

Биологично предприемачество в България

Изследванията върху възприятията и нагласите за биологичните продукти в България показват необходимостта от обучение на потребителите за биологичното производство и характеристиките на биохраните. То трябва да е насочено към създаване на отношения, знания и умения, нужни за изграждане на активни съвременни потребители. Много страни членки подкрепят професионалното обучение и консултантските услуги за био производителите. В някои от тях обученията и консултациите се предоставят от асоциациите на био фермерите, за което те получават публична подкрепа. В други държави обученията и консултациите се предлагат не само на фермерите, но и на преработвателните, както и на инспекторите, работещи в сертифициращите органи. Производителите на биологични продукти трябва да информират потребителите за целите на био производството, характеристиките на биохраните, техните предимства пред останалите стоки на пазара (по-здравословни, по-полезни, по-вкусни) и кое налага заплащането на по-високата им цена. При обучението особено внимание следва да се отдели на екомаркировките, които гарантират екологосъобразния начин на производство и отличават "истинските" от "фалшивите" биопродукти (Ivanova et al. 2012).

Потребителското търсене в България на органични храни и напитки се увеличава най-вече през 2017/18 г. поради нарастваща икономическа стабилност, по-голяма покупателна

способност и нарастващо потребителско търсене на продукти възприема се като здравословно. Продажбите на био храни и напитки достигнаха рекордните 28 милиона евро и през 2019 и 2020 г. изглеждат обнадеждаващи. Силна конкуренция между доставчиците на органични продукти и нарастващото търсене стимулира нови продукти на пазара и по-високи продажби. Макар и намаляването на броят на местните производители на биологични продукти със седем процента през 2017 г. засадените площи представляват 2,7% от общата му земеделска площ, което е по-малко от 3,2% през 2016 г., това не означава, че в бъдеще тази предпоставка няма да се промени. През 2018 г. правителственият одитен състав на правителството на България издаде доклад за работата на сектора на органиката, който стимулира Министерството на земеделието да се въведат регулаторни промени, насочени към по-добър надзор над сертифицирането и повече вътрешна подкрепа за био фермери. Селскостопанските площи под био-растениевъдство са се утроили за повече от две години. за да достигнат 161 хил. ха през 2016 г., от които 89 хил. ха обработваема земя и 33 хил. ха трайни насаждения. Броят на биологичните производители почти се е удвоил през същия период, достигайки 7000 стопанства. Интересът към био продуктите от страна на производителите се дължи главно на субсидиите от Програмата за Развитие на Селските Райони - Мярка 11 и ползването на приоритет във финансирането чрез инвестиционната Мярка 4. Биопродуктите са такива, произведени чрез прилагане на методите и практиките на биологичното производство на растителни продукти при спазване на нормативните изисквания на Европейския съюз и България. (Popova, 2019).

Държавите членки трябва да определят един или повече компетентни органа, които да отговарят за одобряването и надзора на контролиращите лица и при необходимост да налагат предвидените за несъответствията мерки (включително санкции). Частните контролиращи лица се акредитират в съответствие с последната версия на стандарт ISO/IEC 17065:2012. (European Publication Office, 2019).

ИЗВОДИ

Развитието на биологичното предприемачество в България кореспондира с тенденциите в целия Европейски съюз. В последните години у нас се забелязва подем в обединяването на биологични предприемачи с цел подобряване на маркетинга на продуктите, които те произвеждат.

В този доклад е представена класификация на видовете предприемачи, с което се показва как всеки човек, в зависимост от характера си, може да бъде и биологичен предприемач. В условия на ограничения пред населението (породени от пандемия или други рискови събития) нуждата от баланс с природата расте, което засилва ролята и мястото на биологичния предприемач в новото общество.

REFERENCES

Avramova, D. (2017) *PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE EXAMPLE OF TITAN Ltd* // Journal in Entrepreneurship and Innovation, 2017, Issue 9, p.p.134-141. ISSN 1314-0175, <http://jei.uni-ruse.bg/Issue-2017/11.%20Avramova.pdf>

Bakracheva, M., Pavlov, D., Gudkov, A., Diaconescu, A., Kostov, A., Deneva, A., Kume, A., Wójcik-Karpacz, A., Zagorcheva, D., Zhelezova-Mindizova, D., Dedkova, E., Haska, E., Stanimirov, E., Strauti, G., Taucean, I., Jovanović, I., Karpacz, J., Ciurea, J., Rudawska, J., Ivascu, L., Milos, L., Venera, M., Sheresheva, M., Tamasila, M., Veličković, M., Damyanova, S., Demyen, S., Kume, V., Blazheva, V. (2020). *The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs (Volume 1)* . Academic Publisher University of Ruse "Angel Kanchev". e-ISBN: 978-954-712-794-4, also published at: <http://intergen-theory.eu/INTERGEN-BOOK-1.pdf> (Accessed on 14.04.2020).

BIOZEMEDIE.COM. (2016) *Bioagriculture, events and news*. URL: <http://biozemedie.com/biozemedie/reglament-bioproizvodstvo> (Accessed on 14.02.2020).

Boneva, M., Petkov, A., Nedyalkov, A., Sheludko, I. Vitliemov, P. (2017) *Application of Integrated Information Systems for Process Management in Organizations*. Ruse, PRIMAX. Pp 101, ISBN 978-619-7242-24-9 (Original title: Бонева, М., Петков, А., Недялков, А., Шелудко, И., Витлиемов, П. Приложение на интегрирани информационни системи за управление на процесите в организацията. Русе, Примакс, 2017). <https://www.researchgate.net/publication/313376927>

Deneva, A. (2001) *The Europeanization of the Small Bulgarian Entrepreneurship* // Jubilee Almanac, Vol. 10. Tsenov, Svishtov, 2001, pp.269-284 (Оригинално заглавие: Денева, А. Европеизирането на дребното българско предприемачество // Юбилеен Алманах. Том 10. Свищов: АИ „Ценов“, 2001, с. 269-284. ISBN 954-23-0056-5.

European Publication Office. (2019). *Special Report № 4/2019: Biological Foods*. URL: <https://op.europa.eu/webpub/eca/special-reports/organic-food-4-2019/bg/> (Accessed on 24.02.2020).

Hristova, V. *Support for Entrepreneurship in Bulgaria through the Ages* // Institutions and Economic Development of the Bulgarian Lands through the Ages. Proceedings of the Center for Economic History Research, Varna, pp. 151-164. (Оригинално заглавие: Христова, В. Подкрепата за предприемачеството през вековете – някои аспекти // Институциите и българското стопанско развитие. Известия на Центъра за стопанско-исторически изследвания, Варна, 2018, с.с.151-164).

Ivanova, D., Vasileva, E., Stefanov, S., Tipova N. (2012) *Manual for producers*. UNWE. URL: https://orgprints.org/22623/6/Organic_products_Bulgaria_D_Ivanova_E_Vasileva_2012.pdf , Accessed on 15.02.2020. (Оригинално заглавие: Иванова, Д., Василева, Е., Стефанов, С., Типова, Н. Ръководство за производители. Издателски комплекс - УНСС, София, 2012.).

Kirova, M., Nedyalkov, A., Pencheva, M., Yordanova, D. (2018). *University as Prerequisite for Sustainable Regional Development in International Context*. IN: Proceedings of the 18th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences, University of Zilina, Slovak Republic, 10-11 October 2018, Web of science, 2018, pp. 2578-2585, ISBN 2454-0943.URL: <https://www.researchgate.net/publication/329802157> (Accessed on 23.04.2020).

Kostadinova, I., S. Kunev, D. Antonova. (2019) *Integrating the principles of responsible management education according to the needs of CSR learning* // The 7th International Conference Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2019), Vysoká škola ekonomická v Praze, Czech Republic, Prague, Nakladatelství Oeconomica - Praha, 2019, pp. 369-380, ISBN 978-80-245-2274-6.

Kunev, Sv., I. Kostadinova, B. Stoycheva. (2017). *Business Governance and Corporate Social Responsibility in Bulgaria* // Annals of „Eftimie Murgu”, University Reșița, Fascicle II. Economic Studies, 2017, No XXIV, pp. pp. 99-115, ISSN 2344-6315. URL: http://www.analefseauem.ro/upload/arhiva-revista/2017/Volum_2017.pdf (Accessed on 19.04.2020)

Law for application of the General organization of the agricultural markets in the EU. (2018). (Оригинално заглавие: Закон за прилагане на Общата организация на пазарите на земеделски продукти на Европейския съюз. Загл. изм. - ДВ, бр. 99 от 2013 г. Обн. в сила от 23.02.2018).

Manual in good agricultural practices. Cross-Border-Cooperation Bulgaria-Turkey, № 2007CB16IPO008, URL: <http://www.europeandwe.eu/old/files/Manual%20tyalo.pdf> , Accessed on 20.01.2020 (Оригинално заглавие: Наръчник добри земеделски практики, Транс гранично сътрудничество по ИПП България-Турция.

Pavlov, D. (2014). *Academic production of entrepreneurs – Myth or Reality* // Annals of „Eftimie Murgu” University Reșița, Fascicle II. Economic Studies, 2014, No XXI, pp. 256-271, ISSN 2344-6315, URL: http://www.analefseauem.ro/upload/archive/2014/Volume_2014.pdf (Accessed on 14.04.2020)

Pavlov, D., Sheresheva, M., Perello, M. (2017). *The Intergenerational Small Family Enterprises as Strategic Entities for the Future of the European Civilization - A Point of View* // Journal of Entrepreneurship & Innovation, 2017, issue 9, p.p. 26-38, ISSN 1314-0175. URL: http://jei.uni-ruse.bg/Issue-2017/10.%20Pavlov_Sheresheva_Perello.pdf, (Accessed on 14.04.2020)

Popova, I. (2019). *Organisations of organic food producers in Bulgaria – analysis of current situation and future perspectives*. IN: New Knowledge Journal of Science. URL:

http://www.science.uard.bg/index.php/newknowledge/article/viewFile/524/pdf_145 (Accessed on 24.02.2020)

Stupka po stupka BT Ltd. (2018) *Analyzes of the Rural Development Program*. URL: <http://www.mig-db.org/files/analiz-predpriemachestvo.pdf>, Accessed on 28.04.2020 (*Оригинално заглавие: „Стъпка по стъпка“ ВТ ООД. Проучване и анализ по програма за развитие на селските райони. Публикуван в сайта на МИГ Долни чифлик и Бяла. 2018).*

The Entrepreneurship (2015). *Personal features and types of entrepreneurs*. URL: <https://entrepreneurship.blogspot.com/2015/12/blog-post.html>, Accessed on 28.04.2020. (*Оригинално заглавие: Характеристика на личността и типове на предприемача).*

THU-ONLINE-SSS-EM-12

ENTREPRENURSHIP IN SECURITY BUSINESS¹²

Georgi Georgiev – Bachelor Student

Department of Management and Business Development
University of Ruse “Angel Kanchev”
Tel.: 0896726527
E-mail: georgigeorgiev8708@abv.bg

Assoc. Prof. Daniel Pavlov, PhD

Department of Management and Business Development,
University of Ruse “Angel Kanchev”
Phone: 0884343132
E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Abstract: The paper presents a short analyze of the environment for starting a firm for providing some private security services in Bulgaria, and particularly in Ruse. The key moments are related to description of some publications, legislation act; analyses of the clients in Ruse of private security services. A special attention is given to a list with potential private security services, which can be offered by those small entrepreneur, who have limited capacity.

Keywords: entrepreneurship, security

ВЪВЕДЕНИЕ

Сигурността е твърде комплексно понятие, което има различни измерения. Според Joseph Nye (1998) “Сигурността е като кислорода - не я забелязваш, докато не започнеш да я губиш. Ала тогава вече ти не можеш да мислиш за нищо друго на света, освен за нея”. Най-общо казано, това са различните степени на безопасност, с които даден индивид, група, държава, общност от държави или света като цяло, характеризира състоянието, съществуването си (Slatinski, 2010).

Кризата от 2020, причинена от COVID-19 засили несигурността у ръководителите на различни организации, предимно заради неизвестността за бъдещото развитие на света и оцеляване на човечеството в постоянно дехуманизираща се икономика. Ето защо, целта на доклада е да покаже доколко българската среда позволява създаване на микрофирми за частна охранителна дейност.

Задачите пред доклада са:

- Да представи доколко средата позволява съществуването на частна охранителна дейност.
 - Да посочи какви услуги може да предложи микро охранителна фирма
- Докладът би бил полезен за потенциални предприемачи, които обмислят идеята за стартиране на фирма в сферата на сигурността.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Среда за създаване на фирми за частна охранителна дейност

В популярната пирамида на потребностите на Маслоу (Kotsev & Ruskova), безопасността, сигурността и спокойствието са поставени на второ ниво, веднага след физиологичните нужди. Това предполага, че те са едни от основните, без които развитието на човек, ще остане в застой.

¹² Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Стартиране на фирма в сферата на сигурността.

Последните десетилетия бележат глобална тенденция на разрастване на пазара на частни охранителни услуги с развитието на икономиката и откриване на нови сфери, които се нуждаят от защита.

Отделните правителства в страните по света години назад във времето са оценили значимостта на предприемачеството и подпомагането на процесите по формиране на малки и средни бизнеси (Hristova, 2018). Една от основните насоки в развитието на обществените отношения е европеизацията на дребното българско предприемачество (Deneva, 2001). В същото време, различни учени (Kostadinova et al., 2019) отдават все по-голямо значение на обучението по корпоративна социалната отговорност като инструмент за успешно фирмено развитие. Например, сътрудничеството между фирми и университет може да е база за разгръщане на публично-частно партньорство (Avramova, 2017). Това поражда нови отговорности пред академичната общност – да създават все повече предприемачи (Pavlov, 2014), както и да насърчават създаването на семейни бизнеси в условия на все по-несигурна среда (Pavlov et al., 2017, Bakracheva et al., 2020).

Това неминуемо предизвиква въпроси за баланса между отговорността на държавата по опазване на сигурността и възможностите, които се разкриват пред частния бизнес. Освен това тези тенденции създават притеснение за отстъпление на органите на реда и развитие на един модел, в който сигурност получават само тези, които могат да си го позволят. Поради естеството на своята дейност и отговорността за човешкия живот и имуществото на гражданите, частният сектор „Сигурност“ подлежи на по-сериозен контрол от държавата за разлика от други (Jekova & Rusev, 2015).

Нивото на престъпността в страната би следвало да бъде най-големият критерий за ефективността на работата на органите на реда, въпреки че има и други фактори, които имат своя ефект. Такива фактори биха могли да бъдат латентността в докладването и полицейските филтри (т.е. практиката да не се регистрират някои престъпления), които се отразяват пряко върху равнището на регистрираните престъпления и следователно процента на разкриваемост на престъпленията от общия брой (Krustanova & Nikolova, 2018). Доверието в институциите също е от ключова роля за функционирането на системата, като то е и своеобразно свидетелство за връзката на гражданите с органите на реда и индикатор за проблеми в техните отношения.

С влизането в сила на „Закона за частната охранителна дейност“ (ЗЧОД) се уреждат обществените отношения, свързани с нея, административното ѝ регулиране и контрол. Законът за първи път дава легално определение на понятието „частна охранителна дейност“ (ЧОД) като дейност по охрана от противоправни посегателства на обекти, на мероприятия и на лица, на техните права и законни интереси. Същият закон регламентира следните частни охранителни дейности:

Лична охрана на физически лица – защита на телесната неприкосновеност на физически лица от противозаконни посегателства, както и тяхното предотвратяване и пресичане.

Охрана на имущество – защита от противоправни посегателства над имуществото, което също може да включва и осигуряването на пропускателен режим в обектите.

Охрана на мероприятия – действия насочени към обезпечаване спокойното и безпрепятствено протичане на масови прояви или дейности с краткосрочен характер.

Охрана на ценни пратки и товари – дейност по защита на пари, ценни книжа, благородни метали, произведения на изкуството и други ценности, чието транспортиране задължително се осъществява с въоръжена охрана, специално оборудван транспорт, надеждна връзка с други технически и помощни средства за защита.

Охрана с помощта на технически системи за сигурност – дейност по наблюдение и контрол с технически средства на охраняваните обекти и проверка на получените сигнали.

Основната цел на частната охранителна дейност (ЧОД) е да минимизира рисковете от

евентуални загуби и щети, които може да понесе физическото и/или юридическото лице от целенасочени посегателства върху неговото имущество. За постигането на тази цел са необходими комплекс от мерки на всички елементи и дейности по защита на обектите за охрана, приложими ефективно и законосъобразно по отношение на особеностите и видовете охранителни дейности. Формално има два подхода за регулация на частните охранителни дейности на национално ниво, ако вземем предвид класификацията на UNODC28. Единият такъв подход е този на страните, които разчитат на саморегулация. В този случай професионални сдружения, без държавна намеса, изграждат свои органи и стандарти. В другите страни се залага на държавна регулация, като тя може да бъде централизирана или да е разделена между няколко органа, които да имат различни отговорности и функции. Пример за подобна функция, която може да бъде изпълнявана и контролирана от друг орган или агенция, е лицензирането. Двата подхода не са взаимно изключващи се и на различни места са валидни в различна степен. Регулаторът в най-общи линии отговаря за: определяне на стандарти, лицензиране на служители и доставчици на услуги за сигурност, прилагане на законодателството, основни нормативни изисквания, процедури по жалби и санкции, одобряване на стандартите за обучение и насърчаване на сътрудничеството с полицията.

Към 2020 основни потребители на охранителни услуги в Русе са:

- Новозавършени кооперации, жилищни комплекси, общежития – ДАНЦ 1,2,3,4; СО към Русенски Университет и др.
- Частни домове – Апартаменти, Къщи, Вили, Постройки
- Молове – МОЛ РУСЕ, БИЗНЕС ПАРК РУСЕ, МЕГА МОЛ, РОЯЛ СИТИ ЦЕНТЪР
- Бензиностанции – ОМВ, ЛУКОЙЛ, ЕКО, ШЕЛ, ДМВ, ВМ ПЕТРОЛИУМ, РОМПЕТРОЛ, ПЕТРОЛ, ГАЗПРОМ, БЕНИТА и др.
- Метанстанции – М-ГАЗ
- Банкови институции, банкови изнесени работни места, банкомати – ОББ, ПИБ, ДСК, АЛИАНЦ България, ПРО КРЕДИТ БАНК, РАЙФАЙЗЕН БАНК, ОБЩИНСКА БАНКА, ЦКБ, ТОКУДА, АСЕТ БАНК, ПОЩЕНСКА БАНКА, БЪЛГАРО-АМЕРИКАНСКА БАНКА, УНИКРЕДИТ БУЛ БАНК
- Небанкови организации – ИЗИ КРЕДИТ, КЕШ КРЕДИТ, НЕТ КРЕДИТ, ЙЕС КРЕДИТ, СИТИ КЕШ, ДЖЕТ КЕШ, ИЗИ ПЕЙ, БНП ПАРИБА, ПРОФИ КРЕДИТ, ВИВА КРЕДИТ и др.
- Офис сгради – ЕС ДИ АЙ, ПОК ДОВЕРИЕ, ВГ ТУР, ПРОМЕДИКА 24, ЕКОНТ, СПИДИ, ДИ ейч ЕЛ, СТАР ПОСТ, СИАНА Имоти, ЕРА имоти, СИЛАГИ Имоти, Русенски Имоти, Илейн Имоти, ОМЕГА Имоти, АЛУКС Имоти, ЕРУДИТ, КОНПИ, Агенция за събирания, ВИК, ЕНЕРГО ПРО и др.
- Нотариуси – Адриана Филчева, Стефан Варамезов, Любен Шилков, Албена Макавеева, Георги Георгиев, Албена Маркова, Веселина Андреева, Петя Трендафилова, Иглика Кирилова, Силвия Калчева и др.
- Частни съдебни изпълнители – Венцислав Маринов, Иван Хаджииванов, Милкана Македонска, Васил Николов и др.
- Верики магазини и складове – хипермаркет МЕТРО, КАУФЛАНД, БИЛА, ЛИДЛ, ПРАКТИКЕР, ТЕХНОМАРКЕТ, ТЕХНОПОЛИС, ПРАКТИС, МУСЮ БРИКОЛАЖ, ХОУМ МАКС, ЕДЕА, ЛИЛИ ДРОГЕРИЕ, ТТ МАРКЕТ, ДМ, ЕЙЧ ЕНД ЕМ, ТЕОДОР, НЮ ЮРКЪР, ПАУЛЛО БОТИЧЕЛИ, АЗАРИНИ, ЗАРИ МАРКЕТ, ПАЦОНИ, ДОНАЛ ДЪК, КЕЙСОО, ЦБА, ТЕМПО, БОБО ЗАНДЕР, ВЕЛОНА, ВЕЛОМАСТЕР, БАНЯ СТИЛ, ДИЗАЙН ПЛЮС, НАЙК, ЗОРА, КАРПЕТ МАКС, СПОРТ ДЕПО, ХУМАНА, ВИДЕНОВ, БОЗМОВ, МАЙ СИЛВЪР, ХИПОЛЕНД, ПАРКЕТЕН СВЯТ, ЕМС ГРУП, АЛБА, СИЛА БГ, АУТО ПЛЮС, ЕЛИТ АР, АУТОХИТ, ДОМКО, ЮСК, МЕДИНА МЕД, ПРИМЕКС, ХИТ и др.

- Златарски ателиета и заложни къщи – ФЕШЪН ГОЛД, МЕЙДЖЪР, МОВАДО, СВЕЖИ ПАРИ и др.
- Обменни бюра, каси – ТАФИ, ЕКСЧЕНДЖ, ВДВ, ЮНАЙТЕД КМ, ДЖИ ЕС КЕШ
- Държавни и общински институции, училища
- Телекомуникационни компании – ВИВА КОМ, А1, ТЕЛЕНОР, БТК
- Индустриални компании, логистични и търговски центрове – КЕРОС, МОНТЮПЕ, ВИТЕ АУТОМОТИВ, ШЕНКЕР, КЛИО КОМЕРС, СКАНИЯ, ФРЕШ ФРУУТ и др.
- Хотели и ваканционни селища – х-л ДУНАВ ПЛАЗА, х-л КОСМОПОЛИТЪН, х-л КРИСТАЛ, х-л ИНТЕРНАЦИОНАЛ, х-л КОСМОС, х-л ЧАРЛИНО, х-л ИЗВОРА, х-л ВЕГА, х-л МИЛЕНИУМ, х-л ПАРАДАЙЗ, х-л РИГА, х-л РОДЖЕРС, х-л СИТИ ХАУС, х-л ФАМИЛИЯ, х-л АНА ПАЛАС, х-л ТЕОДОРА ПАЛАС, х-л СПЛЕНДИТ, х-л ЛОМБАРДИ, х-л ОПИУМ, х-л БИСТРА И ГАЛИНА, х-л БРАНИ, х-л РУСЧУК, х-л СИТИ АРТ, х-л ЦЕНТРАЛ, х-л ЮВЕЛИР, х-л БЕДРУМ ПЛЕЙС, х-л РЕЗИДЕНС ХАУС, х-л в.с. ДУНАВСКО СЕЛО и др.
- Клубове – Фреш, Канто, Сохо, Норд, Макс Клуб, Шоорум, Буда и др.
- Терени – Футболен терен „Плиска“, тенис кортове, футболно игрище „Марисан“ и др.

Предлагани услуги при стартиране на микропредприятие за частна охранителна дейност

Нормативната уредба дава добро разнообразие от услуги за частна охранителна дейност. Микропредприятията имат ограничен капацитет, който им дава възможност да изберат предимно измежду следните:

✓ *Денонощна физическа охрана.* Предприемачът следва да обмисли предоставянето на 24-часова физическа охрана на обекти – банки, офиси, сгради, складови бази, предприятия на територията на региона, осигурява пропускателен режим в охраняваните обекти. Охранителите ще извършват предварителен оглед на всеки обект, ще дават оценка за степента на неговата сигурност и изготвят индивидуални решения според вида и площта а на обекта. На охраняваните обекти ще бъдат инсталирани паник-бутон системи, а връзката с оперативния център ще се осъществява по IP и GPRS базирани среди за пренос на глас и данни, както и по собствени радио-мрежи.

✓ *Видеонаблюдение.* Предприемачът следва да предложи постоянен видео контрол и наблюдение посредством най-съвременните възможности на свой обособен Мониторинг Център от и директно към клиента на посочена от него платформа (компютър, мобилен телефон, таблет и т.н.). Благодарение на видеонаблюдението охраняваните обекти може да се наблюдават денонощно, 7 дни в седмицата с възможност за записи (с архив няколко месеца) и не на последно място гледане онлайн, като с тази функция може да се контролира по всяко време и от всяка точка на света. Услугата осигурява пределно високо ниво на сигурност в охраняваните обекти.

✓ *Лична охрана на физически лица.* За сигурността и спокойствието на своите клиенти предприемачът може да предлага лична охрана в случаи на непредвидени ситуации. Лична охрана се предвижда да се осъществява предимно на територията на град Русе, а в случай на необходимост и на територията на цялата страна, като в изпълнението на поетите ангажименти се включват служители от партньорски охранителни фирми, като подизпълнители.

✓ *Охрана на пратки и товари.* Предприемачът има възможност да предлага при необходимост охрана на ценни пратки и товари чрез фирма подизпълнител. Използваните автомобили за тази цел са с GPS-позициониране, надеждна двуканална свръзка и други

технически и помощни средства, с касов отсек и специално оборудване с най-високата 6-та степен на защита. Така на практика се гарантира сигурността на пратката и екипа, осигуряващ превоза. Дейността ще се извършва изцяло при строго спазване на изискванията на Наредба № 8121з-444/2016 г. на БНБ за организацията и контрола по обезпечаването на сигурността на банките и небанковите финансови институции и Наредба № I-121/2004 г. на МВР за реда за организиране охраната при транспортиране на ценни пратки и товари. Паричните пратки по сключените договори задължително се застраховат с полица, която освен парите на път, покрива местата за техния престой, тротоарния риск и специфичните рискове при товаро-разтоварни операции.

✓ *Системи за контрол на достъпа.* Осигуряват централизирано управление за входи, помещения, сгради, асансьори и др. Системите дават възможност за: идентификация, контрол и регулиране на достъпа на хора в определени обекти или части от тях; архив на регистрирани събития и справки за минали периоди; сигурност и комфорт при достъпа до обекта; лесна и удобна работа с безконтактни карти.

✓ *Домофони и видеодомофонни системи.* В съвремените тези системи са първите задължителни елементи на сградните технологии. Видео домофонната система е предназначена за едноабонатни къщи/вили и/или многоабонатни жилищни сгради, комплекси и офис сгради. Видео домофонът позволява да се осъществи аудио и видео връзка между посетители и живущи в сградата. В зависимост от предпочитанията си, живущите в сградата могат не само да проведат разговор, но и да видят кой ги търси. Видео домофонът осигурява сигурност и контрол, като позволява ограничение на достъпа и селективност на посетителите. За оптимизиране на сигурността е препоръчително видео домофонът да се използва в комбинация със система за контрол на достъпа и система за видеонаблюдение.

ИЗВОДИ

Практиката в България показва и тренд на засилване на ролята на частни охранителни фирми на пазара с различаващи се особености една от друга, конкретно на територията на публични места. Недостигът на персонал, в комбинация с много по-ниските разходи на частните компании за персонал в сравнение с издръжката за полицаи, прави вече голям брой министерства и агенции ползватели на услугите на фирми за охрана, което традиционно е запазена територия и отговорност на МВР.

В близко бъдеще се очаква публичната власт да пренасочи към частния сектор увеличаващ се брой задачи, свързани с охраната на критичната инфраструктура, обществения ред и сигурност в покрайнините на градовете, търговските центрове и индустриалните зони. В тази връзка нараства значението на предприемачеството в предлагането на частни охранителни услуги.

REFERENCES

Avramova, D. (2017) *PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE EXAMPLE OF TITAN Ltd* // Journal in Entrepreneurship and Innovation, 2017, Issue 9, p.p.134-141. ISSN 1314-0175, <http://jei.uni-ruse.bg/Issue-2017/11.%20Avramova.pdf>

Bakracheva, M., Pavlov, D., Gudkov, A., Diaconescu, A., Kostov, A., Deneva, A., Kume, A., Wójcik-Karpacz, A., Zagorcheva, D., Zhelezova-Mindizova, D., Dedkova, E., Haska, E., Stanimirov, E., Strauti, G., Taucean, I., Jovanović, I., Karpacz, J., Ciurea, J., Rudawska, J., Ivascu, L., Milos, L., Venera, M., Sheresheva, M., Tamasila, M., Veličković, M., Damyanova, S., Demyen, S., Kume, V., Blazheva, V. (2020). *The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs (Volume 1)* . Academic Publisher University of Ruse "Angel Kanchev". e-ISBN: 978-954-712-794-4, also published at: <http://intergen-theory.eu/INTERGEN-BOOK-1.pdf> (Accessed on 14.02.2020).

Deneva, A. (2001) *The Europeanization of the Small Bulgarian Entrepreneurship* // Jubilee Almanac, Vol. 10. Tsenov, Svishtov, 2001, pp.269-284 (Оригинално заглавие: Денева, А.

Европеизирането на дребното българско предприемачество // Юбилеен Алманах. Том 10. Свищов: АИ „Ценов“, 2001, с. 269-284. ISBN 954-23-0056-5.

Jekova, R., Rusev, A. (2015). *Private security sector in Bulgaria*. URL: <https://www.businessandsecurity.dcaf.ch/sites/default/files/uploads/A%20force%20for%20good%20Bulgaria%20-%20web.pdf>, Accessed on 18.01.2020. (Оригинално заглавие: Джекова, Р., Русев, А. (2015). *Частният охранителен сектор в България*.)

Hristova, V. *Support for Entrepreneurship in Bulgaria through the Ages* // Institutions and Economic Development of the Bulgarian Lands through the Ages. Proceedings of the Center for Economic History Research, Varna, pp. 151-164. (Оригинално заглавие: Христова, В. *Подкрепата за предприемачеството през вековете – някои аспекти* // Институциите и българското стопанско развитие. Известия на Центъра за стопанско-исторически изследвания, Варна, 2018, с.с.151-164).

Joseph Nye. 1998. *International conflicts – theory and history*. Pragma. (Оригинално заглавие: Джоузеф, С. Най. *Международните конфликти - теория и история*. Прагма. 1998).

Kostadinova, I., S. Kunev, D. Antonova. (2019) *Integrating the principles of responsible management education according to the needs of CSR learning* // The 7th International Conference Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2019), Vysoká škola ekonomická v Praze, Czech Republic, Prague, Nakladatelství Oeconomica - Praha, 2019, pp. 369-380, ISBN 978-80-245-2274-6.

Kotsev, E., Ruskova, S. *Organizational behavior*. URL: www.e-learning.uni-ruse.bg , Accessed on 07.01.2020. (Оригинално заглавие: Коцев, Е., Рускова, С. *Организационно поведение*. 2020)

Krustanova, W., Nikolova, D. (2018). *Economics of public and private security business*. Institute for Marketing Economy. URL: https://ime.bg/var/images/ime_private_vs_public_security_paper.pdf Accessed on 23.01.2020. (Оригинално заглавие: Кръстанова, В. Николова, Д. (2018) *Икономика на публичната и частната сигурност*. Институт за пазарна икономика.

Law in private security business. State Paper 10/30.01.2018. (Оригинално заглавие: Закон за частната охранителна дейност. Обн. ДВ. бр.10 от 30 Януари 2018г., посл. изм. ДВ. бр.17 от 26 Февруари 2019 г.

Pavlov, D. (2014) *ACADEMIC PRODUCTION OF ENTREPRENEURS – MYTH OR REALITY* // Annals of „Eftimie Murgu” University Reșița, Fascicle II. Economic Studies, 2014, No XXI, pp. 256-271, ISSN 2344-6315. http://www.analefseauem.ro/upload/arhiva-revista/2014/Volum_2014.pdf

Pavlov, D., Sheresheva, M., Perello, M. (2017). *The Intergenerational Small Family Enterprises as Strategic Entities for the Future of the European Civilization - A Point of View* // Journal of Entrepreneurship & Innovation, 2017, issue 9, p.p. 26-38, ISSN 1314-0175. http://jei.uniruse.bg/Issue-2017/10.%20Pavlov_Sheresheva_Perello.pdf

Slatinski, N. (2010). *The five levels of surtenty*. Sofia. (Оригинално заглавие: Слатински, Н. *Петте нива на сигурност*. Военно издателство. София. 2010.)

THU-ONLINE-SSS-EM-13

TO START A SMALL BUSINESS¹³

Tamara Dimitrova – Bachelor Student

Department of Management and Business Development

University of Ruse “Angel Kanchev”

Tel.: 0885089920

E-mail: tamara8612@abv.bg

Assoc. Prof. Daniel Pavlov, PhD

Department of Management and Business Development,

University of Ruse “Angel Kanchev”

Phone: 0884343132

E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Abstract: *It is a common practice newspapers and TV broadcasts to use the phrase “small business”, but the audience receives from them different messages about the core activity of the entrepreneurs. Many people consider this phrase as a synonym of “trade”, while for others it is a complex of different activities. The purpose of this report is to present some points of view about the content of “small business” and thus to facilitate the entrepreneurs what they can chose to do. The tasks are: (1) To present some definitions of “business”; (2) to describe what family businesses could be initiated. The benefits of this report are for those would-be-entrepreneurs, who have some business ideas and search for establishment of small family business.*

Keywords: *small family business, entrepreneurship*

ВЪВЕДЕНИЕ

В ежедневието често срещаме словосъчетанието „малък бизнес“, което създава различни впечатления с какво всъщност се занимава съответния ръководител. Много хора възприемат това понятие като синоним на търговия, докато за други то обхваща комплекс от разнородни дейности. Целта на настоящия доклад е да представи някои виждания за обхвата на понятието „малък бизнес“, за да са наясно предприемачите какво могат стартират. Задачите пред доклада са следните:

- Да представи същността на понятието „бизнес“.
- Да покаже какви видове малки семейни бизнеси могат да съществуват.

Ползите от настоящия материал са предимно към онези потенциални предприемачи, които имат бизнес идея и търсят начини да я реализират чрез започване на малък семеен бизнес.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Една от основните насоки в развитието на обществените отношения е европеизацията на дребното българско предприемачество (Deneva, 2001). В същото време, различни учени (Kostadinova et al., 2019) отдават все по-голямо значение на обучението по корпоративна социалната отговорност като инструмент за успешно фирмено развитие. Например, сътрудничеството между фирми и университет може да е база за разгръщане на публично-частно партньорство (Авгатува, 2017). Това поражда нови отговорности пред академичната общност – да създават все повече предприемачи (Pavlov, 2014), както и да насърчават създаването на семейни бизнеси в условия на все по-несигурна среда (Pavlov et al., 2017, Bakracheva et al., 2020).

¹³ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Стартиране на малък бизнес.

Същност на малкия бизнес

В Българския тълковен речник (OnlineRechnik.com, 2020), за думата „бизнес“ има две значения:

- Покупко-продажба като начин за спечелване на пари;
- Стопанска или търговска дейност.

Под стопанска дейност (Enimanev, 2018) се разбира човешка дейност, насочена към използване на ограничен брой видове ресурси за получаването на блага/стоки, услуги и др., годни да задоволяват всестранните човешки потребности. Това определение е следствие от условията, в които трябва да живее, твори и се развива стопанския човек. Всяка отделна стопанска дейност представлява двустранен процес, при който се жертва нещо и се добива новост.

Произходът на думата „бизнес“ е от английски език – business, което пък произлиза от being busy, означаващо да бъдеш зает. Според Предприемаческия център на Русенския университет „бизнес“ е дейност за печелене на пари, а бизнесменът е човекът, чиято дейност има за крайна цел създаване на парична печалба, или още „печалбар“.

Най-ранната проява на икономическа мисъл и политологически знания може да се открие в историята на страните от древния Изток. Бизнесът в този период не съществува като понятие. Хората са правили бизнес, без да използват този „модерен“ за тяхното време термин, а по-скоро като (Bachev, 2020):

- икономическа мисъл – в древноегипетските папируси, каменните клинописи на законите на цар Хамурапи и в древноиндийските „Веди“.
- политологични знания – в древноиндийският трактат „Артхашастра“, който е превеждан като „Наука за политологията“.

Учени от Университета на Минесота (College of Liberal Arts, 2020) поднасят следната дефиниция за „**бизнес**“: *организация, която осигурява стоки и услуги към онези лица, които ги търсят и се нуждаят от тях*. Това предполага и осъществяване на финансови, производствени и търговски дейности.

Според речника на Кеймбридж, бизнес е: *действия при закупуване и продаване на стоки и услуги или фирма, която се занимава с тези дейности, или е работа, която едно лице извършва, за да реализира доходи* (Cambridge, 2008).

Може да обобщим, че чрез понятието „бизнес“, най-общо се представя съвкупност от дейности с цел задоволяване на потребност, т.е. изразява се действие на лице (физическо или юридическо) за генериране на приходи.

Семеен бизнес

Семейният бизнес, наричан още фамилен бизнес, е възможност за роднини да изградят съвместна стопанска дейност с цел печалба. Европейската комисия (2020) дава по-подробно определение за семеен бизнес. Международна академична мрежа INTERGEN дава особено значение на междупоколенческите семейни бизнеси, при които всяка следващо поколение започва нов малък бизнес, интегрирайки стопански дейности на предходните поколения (Pavlov et al., 2017; Bakracheva et al. 2020). Възможна е следната комбинация:

- Първото поколение (вече баба и дядо) се занимават със овощарство и произвеждат плодове (например ябълки).
- Второто поколение в същия род (вече родители на 40-50 години) не проявява интерес към земеделието, но през годините е създадо фирма за производство на ябълков сок и конфитюр от ябълки (хранително вкусова промишленост). В своята дейност те изкупуват ябълките на своите родители (дядото и бабата).
- Третото поколение от същото семейство (на възраст 18-30 г.) не проявява интерес нито към отглеждане на ябълки (овощарство), нито към производството на ябълкови сокове

и сладка (ХБП). Те разработват онлайн магазин, в който предлагат на клиентите и ябълките, ябълковите сокове и сладката на предходните две поколения.

Така трите поколения се подпомагат взаимно, но имат и нужната независимост за развитие на личните си цели и виждания. При кризисни ситуации и трите поколения взаимно се подпомагат. За академична мрежа INTERGEN (Bakracheva et al., 2020) е важно, че при семейните фирми взаимопомощта за продължаване на рода чрез раждаемост, е висока. Този модел във висока степен съответства на българската народопсихология, съгласно която при отглеждане на децата роднините си помагат. В противовес – при кариерното развитие в институция, фирма или друга организация се изисква висока степен на концентрация за изпълнение на поставените цели, което обсебва много от хората и те не успяват да опазят семейните си връзки, а все повече хора не успяват и да създадат семейства, станали жертва на това корпоративно-институционално обсебване.

Всяка атака срещу семействата и рода, като място за създаване, отглеждане и възпитание на човешки ценности, може да се определи и като заплаха за продължаване на обществото. След 1990 г. България навлезе в постоянна демографска криза, резултат от обществено-икономически модел, обърнат към запазване и увеличаване икономическите показатели на фирмите, за сметка на разбити семейства и нарастващ брой самотни мъже, жени и изоставени старци. Колкото по-разбито е семейството в едно общество, толкова е по-висока нуждата от работещи имигранти.

Най-общо малките семейни бизнеси могат да предлагат стоки и услуги:

Производство. Съществуват различни видове производство, в зависимост от метода на организация биват индивидуално, серийно, масово (Drucker, 2002).

Индивидуално (единично) производство (Enimanev, 2018) – характеризира се с много голяма номенклатура на произвежданите изделия /полуфабрикати/ в малки количества, т.е. това при което се произвеждат малки количества изделия или единични бройки. При увеличаване броя на произвежданите детайли от един и същи вид и намаляване разнообразието на изделията може да се премине от индивидуално към серийно или масово производство. Индивидуалното производство намира приложение в малкия и средния бизнес.

Серийно производство (Kaligorov, 1997). То се свързва с периодичното изпълнение на еднакви операции върху серия от детайли на определени машини. Важен елемент на този вид производство е предварително определената повтораемост на произвежданите изделия. Броят на изделията, изработвани за определен период и тяхната повтораемост позволяват условното подразделяне на производството на: дребно, средно и едросерийно.

Масово производство (Todorov, 2009). При него при обработването на голям брой еднакви по тип и конструкция детайли на всички работни места се повтарят едни и същи операции. Характерните особености на едросерийното производство го доближават до масовото производство. Преминаването към масово производство се обуславя от размера на производствената програма и възможностите на фирмата производител да се специализира в производството на определен тип изделия.

Услуги. Малкият семеен бизнес предлага голямо разнообразие от услуги. Те са класифицирани в различни източници, сред които:

- Международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки - Ницска класификация (ВРО, 2020).
- Класификация на икономическите дейности (NSI, 2008) също предлага голямо разнообразие от подробно описани услуги, което може да подсказва на бъдещия предприемач каква бизнес дейност да стартира.

- Националната класификация на професиите и длъжностите (NSI, 2011) също подпомага предприемача в избора на дейност през призмата на професията, която иска да упражнява.

- Други източници.

Информационната епоха в която живеем сега дава по-добри възможности за развитие на бизнес в сферата на услугите. Заетостта в сферата на услугите е над 60% от общата за света и този процент расте с всяка изминала година. При стоковите фамилни стопанства доминиращ фактор е достъпът до пазарите на производствените фактори и на земеделските продукти, който оказват съществено влияние върху производствената и потребителската им активност (Petrov et al., 2010).

Друг пример за малък семеен бизнес е магазин, притежаван и експлоатиран от двойка или братя и сестри, чиито деца се присъединяват през годините, или адвокатска кантора, която се управлява от поколение на поколение в едно и също семейство. Понякога семейният бизнес е малък бизнес, в който работят само (или предимно) членове на едно семейство, а понякога се разширява и също така наема членове извън семейството. Семейният бизнес понякога се организира като семейна компания (Todorov, 2009). Според Hristova (2018) отделните правителства в страните по света години назад във времето са оценили значимостта на предприемачеството и подпомагането на процесите по формиране на малки и средни бизнеси.

Възможностите на академичните среди да подпомагат онези студенти и преподаватели които се стремят към предприемачеството са големи, но и ограничени (Pavlov, 2014), което дава възможност на университетите да покажат своя принос върху устойчивото регионално развитие (Kirova et al., 2018).

Високата степен на дигитализация принуждава все повече малки предприятия да изградят и поддържат интегрирана информационна система (Boneva et al., 2017). В дисциплини на Русенския университет като Управление на малкия бизнес, Предприемачество и други, студентите са стимулирани да разработят бизнес планове за стартиране на микрофирми с активно участие на роднини и приятели. В периода 2018-2020 над 40% от разработените бизнес планове представят прототип, годен за продажба, резултат от колективни усилия на колеги, роднини и приятели.

ИЗВОДИ

Стартирането на малки бизнеси е възможно и желано в семейна среда. Това е дейност, свързана с пораждането на парични потоци и печалба в полза на предприемача. Представените класификации дават основание да се счита, че ролята на семейството става все по-важна за успешното начало на младите бизнесмени. Тази семейна подкрепа е предмет на различни изследвания, особено в среда на кризи, когато броят на наетите служители във фирми и институции се „оптимизира“.

REFERENCES

Avramova, D. (2017) *PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE EXAMPLE OF TITAN Ltd* // Journal in Entrepreneurship and Innovation, 2017, Issue 9, p.p.134-141. ISSN 1314-0175, <http://jei.uni-ruse.bg/Issue-2017/11.%20Avramova.pdf>

Bachev, B. (2020) *Business? What is this?* URL: <https://smartmoney.bg/biznes-tova-puk-kakvo-e/>, Accessed on 25.02.2020. (Оригинално заглавие: Бачев, Б. Бизнес? Това пък какво е?).

Bakracheva, M., Pavlov, D., Gudkov, A., Diaconescu, A., Kostov, A., Deneva, A., Kume, A., Wójcik-Karpacz, A., Zagorcheva, D., Zhelezova-Mindizova, D., Dedkova, E., Haska, E., Stanimirov, E., Strauti, G., Taucean, I., Jovanović, I., Karpacz, J., Ciurea, J., Rudawska, J., Ivascu, L., Milos, L., Venera, M., Sheresheva, M., Tamasila, M., Veličković, M., Damyanova, S., Demyen, S., Kume, V., Blazheva, V. (2020). *The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs (Volume 1)* . Academic Publisher University of Ruse

“Angel Kanchev”. e-ISBN: 978-954-712-794-4, also published at: <http://intergen-theory.eu/INTERGEN-BOOK-1.pdf> (Accessed on 14.04.2020).

Boneva, M., Petkov, A., Nedyalkov, A., Sheludko, I. Vitliemov, P. (2017) *Application of Integrated Information Systems for Process Management in Organizations*. Ruse, PRIMAX. Pp 101, ISBN 978-619-7242-24-9 (Original title: Бонева, М., Петков, А., Недялков, А., Шелудко, И., Витлиемов, П. Приложение на интегрирани информационни системи за управление на процесите в организациите. Русе, Примакс, 2017).

<https://www.researchgate.net/publication/313376927>

BPO. Nice Classification. 2020. URL:

http://www1.bpo.bg/index.php?option=com_content&task=view&id=56&Itemid=379, Accessed on 20.03.2020. (Оригинално заглавие: Патентно ведомство на Република България. Международна класификация на стоките и услугите за регистрация на марки (Ницска класификация) 11-та редакция, в сила от 1 януари 2020 г.)

Cambridge Advanced Learner's Dictionary (2008). Cambridge University Press, p.186.

College of Liberal Arts (2002). *What is business*. University of Minnesota. URL: http://www.class.umn.edu/business_and_cla_degrees/what_is_business.html (Accessed on 29.03.2020).

Deneva, A. (2001) *The Europeanization of the Small Bulgarian Entrepreneurship* // Jubilee Almanac, Vol. 10. Tsenov, Svishtov, 2001, pp.269-284 (Оригинално заглавие: Денева, А. Европеизирането на дребното българско предприемачество // Юбилеен Алманах. Том 10. Свищов: АИ „Ценов“, 2001, с. 269-284. ISBN 954-23-0056-5.

Drucker, P. (2002). *Innovation and entrepreneurship*. Klassika and Stil. (Оригинално заглавие: Дракър, П. Иновации и предприемачество. Класика и Стил, 2002).

Enimanev, K. (2018). *Organization and management of industrial production*. Ruse University (Оригинално заглавие: Ениманев, К. Организация и управление на индустриалното производство. Печ.база на РУ „А.Кънчев, 2018).

European commission. (2020). *Family business*. URL: https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/family-business_en , Accessed on 23.02.2020.

Hristova, V. *Support for Entrepreneurship in Bulgaria through the Ages* // Institutions and Economic Development of the Bulgarian Lands through the Ages. Proceedings of the Center for Economic History Research, Varna, pp. 151-164. (Оригинално заглавие: Христова, В. Подкрепата за предприемачеството през вековете – някои аспекти // Институциите и българското стопанско развитие. Известия на Центъра за стопанско-исторически изследвания, Варна, 2018, с.с.151-164).

Kaligorov, H. (1997). *Business environment and small business*. DA Tsenov, Svishtov. (Оригинално заглавие: Калигоров, Х. Бизнес среда и малък бизнес. Акад. изд. Д. А. Ценов, Свищов, 1997).

Kirova, M., Nedyalkov, A., Pencheva, M., Yordanova, D. (2018). University as Prerequisite for Sustainable Regional Development in International Context. IN: Proceedings of the 18th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences, University of Zilina, Slovak Republic, 10-11 October 2018, Web of science, 2018, pp. 2578-2585, ISBN 2454-0943. <https://www.researchgate.net/publication/329802157>

Kostadinova, I., S. Kunev, D. Antonova. (2019) *Integrating the principles of responsible management education according to the needs of CSR learning* // The 7th International Conference Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2019), Vysoká škola ekonomická v Praze, Czech Republic, Prague, Nakladatelství Oeconomica - Praha, 2019, pp. 369-380, ISBN 978-80-245-2274-6.

NSI. (2008). *Classification of Economic Activities*. URL: <https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/KID-2008.pdf>, Accessed on 26.04.2020
(Оригинално заглавие: НСИ. Класификация на икономическите дейности КИД-2008).

NSI. (2011). *National Classifications of Jobs*. URL: <https://www.nsi.bg>, Accessed on 20.03.2020 (Оригинално заглавие: НСИ. Национална класификация на професиите и длъжностите. 2011).

OnlineRechnik.com. URL: <http://talkoven.onlinerechnik.com>. (Accessed on 28.02.2020).

Pavlov, D. (2014). *Academic production of entrepreneurs – Myth or Reality* // Annals of „Eftimie Murgu” University Reșița, Fascicle II. Economic Studies, 2014, No XXI, pp. 256-271, ISSN 2344-6315, URL: http://www.analefseauem.ro/upload/archive/2014/Volume_2014.pdf (Accessed on 14.02.2020)

Pavlov, D., Sheresheva, M., Perello, M. (2017). *The Intergenerational Small Family Enterprises as Strategic Entities for the Future of the European Civilization - A Point of View* // Journal of Entrepreneurship & Innovation, 2017, issue 9, p.p. 26-38, ISSN 1314-0175. URL: http://jei.uni-ruse.bg/Issue-2017/10.%20Pavlov_Sheresheva_Perello.pdf, (Accessed on 14.02.2020)

Petrov, V., Blazheva, V., Grozeva, D., Linkova, M. (2010). *Agromanagement*. Svishtov. (Оригинално заглавие: Петров, В., Блажева, В., Грозева, Д., Линкова, М., Аграрен мениджмънт, Свищов 2010).

Todorov, K. (2009). *Entrepreneurship and management*. MARTILEN. (Оригинално заглавие: Тодоров, К., Предприемачество и мениджмънт. МАРТИЛЕН, 2009).

THU-ONLINE-SSS-EM-14

THE IMPACT OF INTEREST RATE DIFFERENTIAL ON SPOT EXCHANGE RATE USD - BGN¹⁴

GulayBachrieva - Student

Department of Economics,
University of Ruse "Angel Kanchev"
E-mail: gulay9598@abv.bg

Assoc. Prof. Kamelia Assenova, PhD

Department of Economics,
University of Ruse "Angel Kanchev"
E-mail: kassenova@uni-ruse.bg

Abstract: *In recent years, there has been an interest in economics concerning the relationship between the spot exchange rate and interest rates in both advanced and developing countries. It is understandable given the important role these variables play in determining of the development of the economy, including GDP, exports and imports and inflation.*

In today's global economy, characterized by the liberalization of international trade and the free movement of capital between countries and markets, the exchange rate is decisive for the realization of profits or losses. The exchange rate depends on different factors. They change the supply-demand ratio of the respective currency must be taken into account. The factors are divided into: • Long-term - determine the changes for several years; • Short-term - determine the changes a few days to 1 year.

International finance differs from national finance in that there are currency and political risk, market imperfections and market expansion. The object of this research is the impact of one of the long-term factors - the interest rate differential dollar - lev and its influence on the spot exchange rate dollar – lev. The research confirms the interest rate differential is an important factor influencing on spot exchange rate USD – BGN.

Keywords: *international finance, currency rate, currency rate risk*

ВЪВЕДЕНИЕ

През последните години се отбелязва особен интерес в икономическата наука към връзката между спот валутния курс и лихвени проценти както в напредналите, така и в развиващите се страни. Това е разбираемо, предвид важната роля, която тези променливи играят при определяне на развитието на икономиката, включително на произведения БВП, износа и вноса и инфлацията. При развиващите се пазарни икономики, този интерес се стимулира допълнително от факта, че много от тях наскоро въведоха промени в своите парични и валутни политики, преминавайки към таргетирането на индекса на инфлация и следователно запазване на покупателната сила на националната или единната валута.

В съвременната глобална икономика, характеризираща се с либерализация на международната търговия и свободно движение на капиталите между страните и пазарите, валутният курс е определящ за реализирането на печалби или загуби. Международните финанси се различават от националните финанси по това, че съществува валутен и политически риск, неперфектност и разширение на пазара. Валутен риск се появява при трансгранични трансакции. Той влияе на потреблението, на инвестициите и на произведената продукция. Политически риск е неочаквана промяна в данъчното законодателство или въвеждане на протекционистични мерки като мита. Неперфектност на пазара означава, че съществуват бариери, които възпрепятстват движението на хора, стоки и капитали. Тези

¹⁴ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Влияние на лихвения диференциал върху валутния курс долар – лев.

бариири включват законови рестрикции, увеличаване на транзакционните и транспортни разходи.

Цел на настоящото изследване е да се направи факторен анализ за спот валутния курс щатски долар – лев, за да може той да се прогнозира. За да се постигне тази цел трябва да се отчетат факторите, които променят съотношението търсене – предлагане на съответната валута. Факторите се разграничават на :

- Дългосрочни – определят измененията във валутните курсове в продължение на няколко години;
- Краткосрочни – определят измененията във валутните курсове от няколко дни до 1 година.

Обект на настоящото изследване е влиянието на един от дългосрочните фактори – лихвеният диференциал долар – лев и влиянието му върху спот валутния курс долар – лев. Изследването обхваща периода 2018 – 2019 г.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Лихвеният диференциал е разликата между нивата на лихвените проценти в две страни. Той може да бъде номинален и реален.

В настоящата работа се изследва лихвения диференциал между валутите български лев и щатски долар. Лихвените проценти в долари и лева са получени на базата на средноаритметичната стойност на лихвените проценти по новоотпуснати банкови кредити в долари и лева в България месечно. Това дава достатъчно точна представа за измението на лихвените равнища на двете валути на международните пазари.

Таблица 1. Лихвени проценти за лева

Година	Месеци	Нефинансови предприятия	Кредити за потребление	Жилищни кредити	Един лихвен %
2018	I	3,49	7,79	3,63	4,9678
	II	3,84	7,54	3,67	5,0156
	III	3,91	7,5	3,55	4,9844
	IV	4,16	8,26	3,48	5,3019
	V	3,87	8,07	3,41	5,1188
	VI	3,93	7,91	3,38	5,0750
	VII	3,82	8,37	3,36	5,1849
	VIII	3,68	8,55	3,39	5,2052
	IX	3,82	8,42	3,32	5,1884
	X	4,07	8,23	3,28	5,1923
	XI	3,31	8,37	3,24	4,9725
	XII	3,48	8,55	3,24	5,0874
2019	I	3,21	8,37	3,27	4,9481
	II	3,55	7,89	3,25	4,8970
	III	3,55	7,85	3,17	4,8572
	IV	3,70	8,01	3,17	4,9590
	V	3,50	7,98	3,15	4,8756
	VI	3,25	7,79	3,10	4,7147
	VII	3,21	8,14	3,07	4,8081
	VIII	3,35	8,18	3,09	4,8734
	IX	3,92	8,24	2,98	5,0452
	X	2,92	8,32	3,00	4,7488
	XI	3,09	8,52	3,00	4,8689
	XII	2,86	9,03	3	4,9609

Таблица 2 Лихвените проценти за щатски долари

Година	Месеци	Нефинансови предприятия	Кредити за потребление	Жилищни кредити	Единлихвен %
2018	I	3,65	-	-	3,65
	II	3,78	-	-	3,78
	III	3,92	4,39	-	4,15
	IV	4,79	2,38	-	3,58
	V	3,01	18,40	-	10,70
	VI	5,06	-	-	5,06
	VII	3,83	-	-	3,83
	VIII	4,54	3,14	-	3,84
	IX	5,09	-	-	5,09
	X	5,04	2,32	-	3,68
	XI	4,38	-	-	4,38
	XII	4,26	-	-	4,26
2019	I	4,70	-	3,76	4,23
	II	4,85	-	-	4,85
	III	4,62	-	-	4,62
	IV	4,34	-	-	4,34
	V	3,00	-	-	3,00
	VI	4,35	2,98	-	3,66
	VII	4,58	2,77	-	3,67
	VIII	4,64	7,02	-	5,82
	IX	3,19	-	-	3,19
	X	4,79	-	18,44	11,61
	XI	4,06	2,17	-	3,11
	XII	3,69	-	-	3,69

Източник : БНБ и собствени изчисления



Фиг. 1 Изменение на лихвените проценти за лв. и щатски долари за периода 2018-2019 г.

Източник : БНБ

Последната таблица обобщава промяната в лихвения диференциал между 2 валути. Третата колона отразява единния лихвен процент в лв. , а четвъртата в долари. Следващата колона показва лихвения деференциал в края на съответния месец и се получава като разлика между нивата на лихвените проценти. Последната колона илюстрира промяната в лихвения диференциал спрямо предходния месец.

Таблица 3 Лихвен диференциал Лев-Щатски долар

година	месец	Лихвен % лв	Лихвен % долар	Лихвен диференциал лв-долар	Промяна в лихвения диференциал
2018	I	4,96	3,65	1,31	
	II	5,01	3,78	1,23	1,23-1,31.=0,08
	III	4,98	4,15	0,83	0,83- 1,23 =0,40
	IV	5,30	3,59	1,71	1,71-0,83=0,88
	V	5,12	10,70	-5,58	-5,58-1,71=-7,29
	VI	5,075	5,06	0,015	0,015-(-5,58)=5,515
	VII	5,18	3,83	1,35	1,35-0,015=-1,335
	VIII	5,20	3,84	1,36	1,36-1,35=-0,01
	IX	5,18	5,09	0,09	0,09-1,36=1,27
	X	5,19	3,69	1,50	1,50-0,09=-1,41
	XI	4,97	4,38	0,59	0,59-1,50=0,91
	XII	5,08	4,26	0,8274	0,8274-0,59=-0,23
2019	I	4,94	4,23	0,71	0,71-0,82=0,11
	II	4,89	4,85	0,04	0,04-0,71=0,67
	III	4,85	4,62	0,23	0,23-0,04=-0,19
	IV	4,95	4,34	0,61	0,61-0,23=-0,38
	V	4,87	3	1,87	1,87-0,61=-1,26
	VI	4,71	3,66	1,05	1,05-1,87=0,82
	VII	4,80	3,67185	1,13	1,13-1,05=-0,08
	VIII	4,87	5,82	-0,95	(-0,95)-1,13=2,8
	IX	5,045	3,19	1,85	1,85-(-0,95)=2,8
	X	4,75	11,61	-6,86	(-6,86)-1,85= -8,71
	XI	4,86	3,11	1,75	1,75-(-6,86)=8,61
	XII	4,96	3,69	1,27	1,27-1,75=0,48

Източник: собствени изчисления



Фиг. 2 Промяна в лихвения диференциал за периода 2018-2019 г.

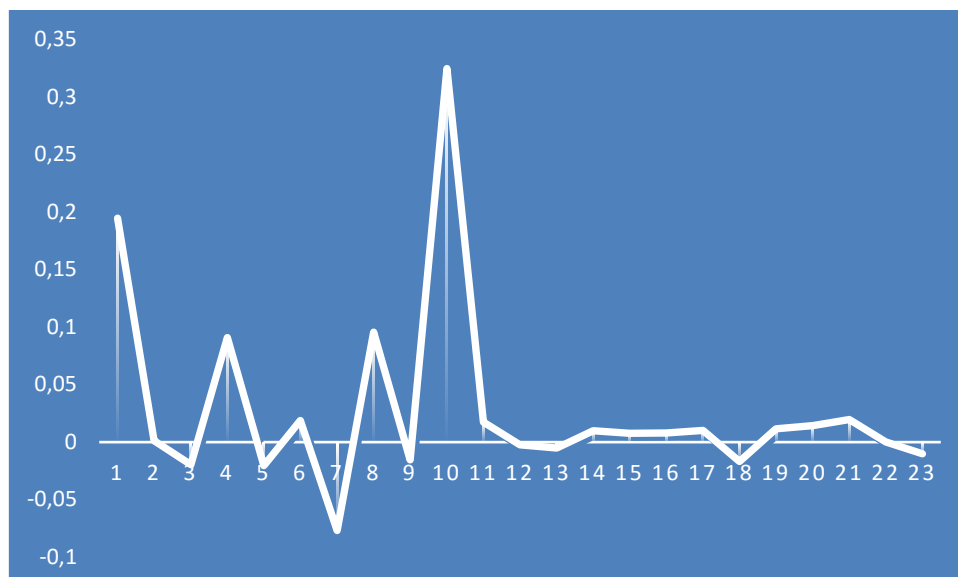
Източник: собствени изчисления

На таблицата е показано изменението на валутния курс на щатския долар спрямо лева за периода 2018-2019г. Третата колона от таблицата е средномесечния спот валутен курс на щатския долар спрямо лева, който се определя като средноаритметично от дневните валутни курсове за месеца. Четвъртата колона илюстрира изменението на валутния курс спрямо предходния месец, като резултата се получава в проценти.

Таблица 4 Изменение на валутния курс щатски долар - лев

Година	Месеци	Валутен курс USD	Изменение на валутния курс в %
2018	I	1,60349	-
	II	1,584018	$1,584018 - 1,60349 = 0,019472$
	III	1,585392	0,001374
	IV	1,676415	-0,019472
	V	1,656004	0,091023
	VI	1,674846	-0,020411
	VII	1,597967	0,018842
	VIII	1,693677	-0,076879
	IX	1,678353	0,095710
	X	1,703169	-0,015324
	XI	1,720689	0,324816
	XII	1,718248	0,017520
2019	I	1,713214	-0,002441
	II	1,723066	-0,005034
	III	1,730740	0,009852
	IV	1,738682	0,007674
	V	1,748827	0,007942
	VI	1,731890	0,010145
	VII	1,743467	-0,016937
	VIII	1,757903	0,011577
	IX	1,777472	0,014436
	X	1,769657	0,019569
	XI	1,769861	0,000204
	XII	1,759634	-0,010227

Източник : БНБ



Фиг. 3 Изменение на валутния курс USD - BGN за периода 2018 - 2019 (%)

Източник: БНБ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Промяната в лихвения диференциал влияе с определен времеви лаг на спот валутния курс щатски долар - лев. На база изследваните данни за лихвените проценти можем да установим, че в измененията на процентите за лева и щатски долари не се наблюдава постоянен спад или постоянно покачване. Това показва, спот валутният курс български лев – щатски долар се характеризира с голяма волатилност и в различните периоди изгодни могат да бъдат доларовите инвестиции, а в други периоди по-изгодни могат да бъдат левовите.

REFERENCES

- Assenova, Kamelia (2013), Interest rate and Economic Growth, Lap Lambert Academic publishing, Saarbrücken, Germany, ISBN 978-3-659-44647-4
- CaíZorzi, M., Hahn, E. and Sánchez, M., 2004. "Exchange Rate PassThrough in Emerging Markets". Paper prepared for the BOFIT Workshop on Emerging Markets, Bank of Finland, Helsinki.
- Caputo, R., 2004. Exchange Rates and Monetary Policy in Open Economies: The Experience of Chile in the Nineties", Working Paper No. 272, Central Bank of Chile, Santiago de Chile. [17]
- Carare, A. and M. Stone, 2003. Inflation Targeting Regimes, IMF Working Paper No. 3. [18]
- Ghosh, A., Gulde, A-M., Ostry, J. and Wolfe, H., 1997. Does the Nominal Exchange Rate Regime Matter?, NBER Working Paper No. 5874.
- Kui Wai Li, Douglas K T Wong, (2011) The Exchange Rate and Interest Rate Differential Relationship: Evidence from Two Financial Crises, available: https://www.researchgate.net/publication/254444548_The_Exchange_Rate_and_Interest_Rate_Differential_Relationship_Evidence_from_Two_Financial_Crises
- Leitemo, K. and Söderström, U., 2005. "Simple Monetary Policy Rules and Exchange Rate Uncertainty", Journal of International Money and Finance, 24, 481-507
- Neumeyer, P. and Perri, F., 2005. "Business Cycles in Emerging Economies: The Role of Interest Rates", Journal of Monetary Economics, 52, 345-380.
- Smets, F., 1997. "Measuring Monetary Policy Shocks in France, Germany and Italy: the Role of the Exchange Rate", Swiss Journal of Economics and Statistics, 133, 597-616.
- Smets, F. and Wouters, R., 1999. "The Exchange Rate and the Monetary Transmission Mechanism in Germany", DNB Staff Reports No. 35
- Sánchez Marcelo, (2005), The Link Between Interest Rates And Exchange Rates: Do Contractionary Depreciations Make A Difference?, ECB, Working paper N 548, November 2005

THU-ONLINE-SSS-EM-15

VALUATION OF AN INVESTMENT PROJECT IN REAL ASSETS OF THE COMPANY "RUSE VENDING SERVICE" LTD. – RUSE THROUGH METHOD NET PRESENT VALUE ¹⁵

Iva Andreeva- Student

Department of Economics,
University of Ruse "Angel Kanchev"
E-mail:

Assoc. Prof. Kamelia Assenova, PhD

Department of Economics,
University of Ruse "Angel Kanchev"
E-mail: kassenova@uni-ruse.bg

Abstract: Traditionally, the evaluation of new projects is made on basis of financial criteria. Development of each company depends on the investment decisions that they make. Such decisions for creation of new real assets determine the position of the company for long time. The Capital budgeting is performed in the process of research, analysis, evaluation, selection of investment project that brings the greatest benefit to the company. Net present value is one of the best and most widely used financial methods for valuing investment projects in real assets.

The study evaluates an investment project of Ruse Vending Service Ltd in new equipment through the Net Present Value method. Following the evaluation, it is established a project with such initial costs and net cash flows is efficient and feasible. With such project will achieve the goal of company- expanding market share in the trade with coffee machines.

Keywords: corporate finance, investment decisions, real assets

ВЪВЕДЕНИЕ

Развитието на всяка фирма зависи от инвестиционните решения, които взема. Такива решения за създаване на нови реални активи определят положението на фирмата на пазара за дълъг период от време.

Реални са активите, които се използват за производство на материални и духовни блага. Инвестициите в реални активи са такива в основните фактори на производство за едно предприятие: в дълготрайни материални и нематериални активи и в краткотрайни материални активи. Капиталови инвестиции са инвестициите, използвани за изграждане на реални активи с дългосрочен характер. Капиталовото бюджетиране е процес на проучване, анализ, оценка, избор на инвестиционен проект, носещ най-голяма изгода на предприятието. Капиталовото бюджетиране включва определяне на първоначалните разходи по проекта, очакваните приходи, текущите разходи, нетните парични потоци, оценка на риска и определяне на нормата на дисконтиране, с цел калкулиране на нетната настояща стойност, което позволява да бъде избран най-благоприятният вариант за инвестиране.

Обект на настоящото изследване е оценка на инвестиционен проект на фирма "Русе Вендинг Сервиз" в ново оборудване чрез метода Нетна настояща стойност.

¹⁵ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Оценка на инвестиционен проект в реални активи чрез метода Нетна настояща стойност.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Теоретични основи

Нетната настояща стойност е един от най-добрите и широко използвани финансови методи за оценка на инвестиционни проекти в реални активи. Целият живот на проекта е включен в него, също така и възможността за сравняване с инвестиция в друг, също толкова рисков проект. Този метод взема предвид стойността на парите във времето и зависи само от очакваните парични потоци и възможните разходи на капитала. Калкулира се по формулата:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \quad (1)$$

Където:

NPV – нетна настояща стойност

CF_t - нетен паричен поток за всяка година

n – продължителност на проекта

r – норма на дисконтиране, изискуема възвръщаемост

Предимството на този метод е, че той може да опише всеки паричен поток и резултатът от използването му е абсолютната стойност на ползата от инвестицията в текущи цени. Получената стойност показва, каква парична сума ще донесе реализацията на инвестицията за предприятието. Инвестиционните решения, цитирани от литературата, са в съответствие с принципа на съвременната финансова теория, който гласи, че само тези инвестиции, които имат положителна нетна настояща стойност (NPV), трябва да бъдат финансирани (Slater and Zwirlein, 1996). Според Зоунидис и Думпос, (2002 г.) по-високата NPV е предпочитана при сравнение на множество възможности за инвестиция.

2. Инвестиционни разходи по проекта

Дружеството "Русе Вендинг Сервиз" би желало да разшири пазарния си дял в търговията с кафеавтоматите. За да бъде постигната тази цел, фирмата трябва да инвестира в закупуването на нови и модерни съоръжения с цел увеличаване на приходите от продажбата на напитки. Инвестиционният проект предвижда да се закупят 10 бр. кафеавтомати с единична цена 6000 лв. без ДДС. Експлоатационният срок на 1 машина е 3 години.

3. Приходи и текущи разходи по проекта

Според продажбите досега, всеки един кафеавтомат би реализирал продажба на 3000 напитки месечно или средно 36000 бр. на година. Средната цена на една напитка е 0,50лв. На базата на отчетената себестойност във фирмата досега и съотношението между отделните видове разходи, текущите разходи за поддръжката на кафеавтомат са: разходи за материали – 30%, разходи за външни услуги – 10% , разходи за работни заплати и ДОО – 20%. Амортизацията се начислява по линейния метод. Ставката на данък върху печалбата в България е 10%.

4. Парични потоци

Първоначалните разходи са в размер на 60000лв.

К₀ = 10 * 6000 = 60 000 лв.

Таблица 1 Изчисляване на паричните потоци по проекта

Обяснение	Година 1 на проекта	Година 2 на проекта	Година 3 на проекта
Приходи от дейността	$36\,000 * 0,50 = 18\,000$ ЛВ/бр $10 * 18\,000 = 180\,000$ ЛВ	180 000 ЛВ	180 000 ЛВ
Текущи разходи	Разходи за материали $0,30 * 180\,000 = 54\,000$ ЛВ Разходи за външни услуги $0,10 * 180\,000 = 18\,000$ ЛВ Разходи за РЗ $0,20 * 180\,000 = 36\,000$ ЛВ Разходи за амортизация 18 000 ЛВ		
Обяснение	Година 1 на проекта	Година 2 на проекта	Година 3 на проекта
	Всичко разходи $54\,000 + 18\,000 + 36\,000 + 18\,000 = 126\,000$ ЛВ	126 000 ЛВ	126 000 ЛВ
Брутна печалба	$180\,000 - 126\,000 = 54\,000$ ЛВ	54 000 ЛВ	54 000 ЛВ
Данък върху печалбата	$0,10 * 54\,000 = 5400$ ЛВ	5400 ЛВ	5400 ЛВ
Нетна печалба	48 600 ЛВ	48 600 ЛВ	48 600 ЛВ
Амортизация	18 000 ЛВ	18 000 ЛВ	18 000 ЛВ
Нетен паричен поток	$48\,600 + 18\,000 = 66\,600$ ЛВ	66 600 ЛВ	66 600 ЛВ

Източник: собствени изчисления

5. Изискуема възвръщаемост по проекта

Изискуемата възвръщаемост за този проект е намерена по метода МОКА.

$$r = 0,056 + 1,3 * 0,03 = 0,0446 \Rightarrow 4,46\%$$

6. Оценка на проекта

Настоящата стойност на паричните потоци се калкулира по следния начин:

$$PV = \frac{66\,600}{(1+0,0446)^1} + \frac{66\,600}{(1+0,0446)^2} + \frac{66\,600}{(1+0,0446)^3} = \frac{66\,600}{1,0446} + \frac{66\,600}{1,0892} + \frac{66\,600}{1,1338} = 63\,756 + 61\,145 + 58\,740 = 183\,641 \text{ лв.}$$

Нетната настояща стойност е :

$$NPV = - 60\,000 + 183\,641 = + 123\,641 \text{ лв.}$$

$NPV > 0 \Rightarrow$ Проектът е ефективен и може да се приеме за реализиране.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитието на всяка фирма зависи от инвестиционните решения, които взема. Такива решения за създаване на нови реални активи определят положението на фирмата на пазара за дълъг период от време. Капиталовото бюджетиране е процес на проучване, анализ, оценка, избор на инвестиционен проект, носещ най-голяма изгода на предприятието. Нетната настояща стойност е един от най-добрите и широко използвани финансови методи за оценка на инвестиционни проекти в реални активи.

Изследването оценява инвестиционен проект на фирма "Русе Вендинг Сервиз" в ново оборудване чрез метода Нетна настояща стойност. След оценката се установява, че проект с такива първоначални разходи и нетни парични потоци, е ефективен и може да бъде реализиран. С това ще бъде постигната целта за разширение на пазарния дял на фирмата в търговията с кафеавтомати.

REFERENCES

- Асенова, К., 2017, *Финанси*, Издателски център при РУ, Русе, ISBN 978-954-712-721-0
- Колектив, 2000, *Финанси – теория и практика*, Издателство „Стопанство“, София, ISBN 954-494-407-9
- Slater, F., S. & Zwirlein, T., J., 1996, The structure of financial strategy: *Patterns in financial decisionmaking. Journal of managerial and business economics*, 17 (3), pp 253-266.
- Zouponidis, C. & Doumpos, M. 2002, Multi-criteria decision aid in financial decision making: Methodologies and literature review, *Journal of multicriteria decision analysis*, 11 (4-5), pp 167-186.
- Brealey, R & S. Mayers & Fr. Allen, 2016, *Principles of Corporate Finance*, 12th Edition, McGraw-hill Education, New York, ISBN-13: 978-1259144387
- Sharpe, W.F, G. J. Alexander, J. W. Bailey, 1998, *Investments*, 6th Edition, Publishing house Prentice Hall, ISBN-13: 978-0130101303

THU-ONLINE-SSS-EM-16

OUTSOURCING, OFFSHORING AND THEIR DERIVATIVES AS MANAGEMENT TOOLS: WHAT WORKS AND WHAT DOESN'T?¹⁶

Dipl. Eng. Vasil Tanev, PhD Candidate

Department of Management and Business Development,
University of Ruse "Angel Kanchev"
Tel.: +359899905945
E-mail: vtanev@uni-ruse.bg

Assoc. Prof. Dr. Anton Nedyalkov

Department of Management and Business Development,
University of Ruse "Angel Kanchev"
Tel.: +359886934819
E-mail: anedyalkov@uni-ruse.bg

Abstract: The objective of this paper is to verify known in practice tools such as outsourcing and offshoring, as well as possible solutions for achieving efficient and effective production process, and on this basis to develop a research thesis. Main theoretical aspects of offshoring, reshoring, outsourcing and insourcing are considered. Core differences between offshoring and outsourcing related to the concept and purpose of two approaches are highlighted. Good practices for outsourcing in our country are presented. Research thesis is proposed that can be used for applied study on outsourcing.

Keywords: Outsourcing, Insourcing, Offshoring, Reshoring.

JEL codes: L23, L25, M11, M13

ВЪВЕДЕНИЕ

*Do what you do best, and outsource the rest.
Peter F. Drucker*

Известна е фразата на Дракър: „Правете, това което правите най-добре, а останалото го прехвърлете на други!“ (Do what you do best, and outsource the rest!)

Тази теза е подкрепена от редица уважавани учени в сферата на мениджмънта и означава: „фокусирайте се върху основната дейност за която имате експертни познания“.

Управленски подходи като аутсорсинг (outsourcing) и офшоринг (offshoring) се използват от мениджърите за извличане на икономическа облага вследствие на възлагането и/или изнасянето на дейността извън пределите на организация или извън пределите на държавата, в която се развива производствената дейност или услугата (Oshri, Kotlarsky & Willcocks, 2009; Troacă & Bodislav, 2012).

Понятието „аутсорсинг“ е въведено в началото на 20-ти век и изразява възлагането на дейност или процес, съпътстващ основното производство на продукти извън пределите на организацията (Harizanova, 2012; Oshri, Kotlarsky & Willcocks, 2009; Troacă & Bodislav, 2012; Varadarajan, 2009).

Основните мотиви за това са използване на чужди ресурси, технологии и експертни познания, освобождаване на организацията от неключови активи и фокусиране върху основното производство, както и получаване на по-евтин продукт вследствие на реализирана

¹⁶ Докладът е представен на студентската научна сесия на 07.05.2020 г. в секция Икономика и мениджмънт с оригинално заглавие на български език: Аутсорсинг, офшоринг и техните производни като инструмент за управление: Какво работи и какво не?.

икономия от мащаба, която се осигурява от изпълнителската организация (Alexandrova, 2009; Alexandrova, 2011).

Първи стъпки в тази посока могат да се потърсят дори в древността, когато производителят търси външна помощ за осъществяването и/или осигуряване на необходимите ресурси като: изработка на инструмент; част от изделие; наемане на ресурси за удовлетворяване на потребителите и т.н.

Всъщност тези управленски инструменти навлизат масово на „въоръжение“ в края на двадесети и началото на 21-ви век с процесите на глобализация, нарастваща конкуренция и „експоненциално“ развитие на компютърните системи, технологии и комуникации.

От тази гледна точка **целта** на настоящата разработка е да обоснове познати в практиката инструменти като аутсорсинг и офшоринг, както и възможни решения за постигане на ефикасно и ефективно производство, като на тази основа се формулира изследователска теза.

В този смисъл са поставени и следните **задачи**: 1) да се осветлят основни теоретични аспекти за офшоринга, решоринга, аутсорсинга и инсорсинга; 2) да се анализират основните различия между офшоринга и аутсорсинга; 3) да се представят добри практики за аутсорсинг в нашата страна.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Офшоринг (offshoring) и решоринг (reshoring)

Първоначални данни за **офшоринг** идват от САЩ от 60-те години на 20 век (Metters & Verma, 2008). Този мениджърски похват е използван от американски компании, които изпращат материали за сглобяване до готови изделия в Мексико с цел данъчни облекчения и използване на евтина работна ръка.

На практика, това означава, че **офшоринг** е изнесено дъщерно дружество зад граница с цел използване на природни ресурси, изгодни човешки ресурси, както и използване на данъчни, екологични или други регулаторни облекчения.

Днес **офшорингът** е огромен бизнес, като основни дестинации са: Китай, Индия, Турция, Украйна, Румъния, Бразилия, Мексико, Тайланд и др. Нещо повече, в „топ 20“ се нарежда и нашата страна – привлекателна дестинация от гледна точка на информационни и комуникационни технологии (ИКТ) (Metters & Verma, 2008).

Тук трябва да се спомене, че **offshore outsourcing** е хибрид между първите две понятия, което е стратегическа практика, при която организацията наема трета страна, за да изпълнява дейности в държава, различна от тази, в която наемащият бизнес извършва предимно своите операции (Ulferts & Howard, 2005).

Понятията **инсорсинг** и **решоринг** са реципрочни съответно на **аутсорсинг** и **офшоринг**, като и двете са действия на определена организация за възвръщане на дейностите ѝ в пределите на самата нея и/или страната (Baroncelli, Belvedere & Serio, 2017; Tate, 2014; Tate, 2017).

Действието **инсорсинг** е продиктувано от промяна на възгледите на мениджмънта, преоценка на рисковете свързани с качеството на продукцията и надеждност на изпълнение, опазване на фирмено ноу-хау и др.

Действието **решоринг** може да бъде продиктувано освен от мотивите за **инсорсинг** и от: 1) промяна на политическата обстановка в чужда страна; 2) промяна на бизнес обстановката в собствената страна; 3) загуба на финансово предимство при автоматизация или роботизация на производството и др. (Risher, 2016).

Избирането на един от посочените мениджърски инструменти трябва да бъде в резултат на внимателно претегляне на положителните и отрицателните страни на всеки от тях. Правилното боравене с тях е ключ към ефикасността и ефективността, към която се стреми всяка организация.

Дали нашата страна се развива в правилната посока и дали тя е отлична офшоринг дестинация е въпрос с повишена трудност.

Това, което я прави привлекателна за големи компании са: ниските нива на заплащане на труда; добре подготвени кадри; сравнително ниски езикови бариери; ниски данъци; европейски културни ценности, както и покритието на всички преговорни глави за членство в Европейския съюз.

Естествено, тук има и скрити предизвикателства като: високи нива на корупция; скрити данъчни налози и такси; „мудната“ държавна администрация и застаряващо население, които натежават от другата страна на везната.

Според подреждането на международната консултантска компания Gartner, Inc. страната ни е една от 30-те най-атрактивни локации за офшоринг услуги в света. През 2015 година България е удостоена с приза „Дестинация за аутсорсинг No1“ от Европейската аутсорсинг асоциация (ЕОА), като за 2016 и 2017 остава в първите 3 позиции.

В международен план офшорингът търпи известно забавяне. Някои икономисти твърдят, че офшорингът е „преуморен“. Изнасянето на дейности зад граница, водят до негативни икономически последици като: увеличаване на безработицата; намаляване на данъчни постъпления и такси, а в понякога и доста странични ефекти (Tate, 2014; Risher, 2016).

Естествено могат да се поставят и политически въпроси като: промяна на бизнес климата; разгръщане на човешкия капитал; авторско право; защита на информация; автоматизация и роботизация, което се наблюдава в близките години на нашия век – тенденция, свързана с **reshoring**.

Аутсорсинг (outsourcing) и инсорсинг (insourcing)

Интересно е, че вече доста години специалисти и изтъкнати учени от цял свят се опитват да подкрепят или опровергават тезата за аутсорсинга на Дракър (Abbasi, 2016; Contractor, Kumar, Kundu, & Pedersen, 2010; Mihaylova & Papazov, 2018; Mihaylova & Papazov, 2010; Tate, 2014; Troacă & Bodislav, 2012; Varadarajan, 2009). Изтъкват се предимства и недостатъци и се дискутират положителни и отрицателни страни на тезата, цитирана по-горе.

Разбира се, животът ни учи, че всяко нещо без изключение има своите предимства и недостатъци. Да не забравяме все пак, че и най-брилянтната идея може да бъде опорочена с лошо изпълнение.

У нас, предимствата на споменатите подходи започват да се осъзнават и прилагат след реструктуриране на търговските дружества след 1989 г. Бизнесът в нашата страна осъзна, че аутсорсингът дава конкурентни предимства, гъвкавост и позволява фокусирането върху основната дейност.

Масово компании започнаха да използват аутсорсинг, като големите преотдаваха неключови дейности и активи на по-малки. Фирмите се натъкнаха на един неразвит пазар без традиции и опит в тази област.

Основната цел на това действие е малкото предприятие да се фокусира върху тази дейност, да разгърне мрежа от клиенти и да печели от икономия в мащаба, а в същото време да предоставя на клиентите надеждна и качествена стока или услуга на добра цена. На практика част от компаниите успяха да го постигнат, но голяма част от тях не успяха.

Втората група остана просто привързана към голямата организация и използва вратички в закона и ниската степен на държавен контрол за да спестят разходи като използват практики на сивата икономика заобикаляйки закони и спестявайки от данъци, заплати, подкупи на контролни органи и други начинания, които една голяма компания не може да си позволи. Дали това е правилният и устойчив начин за развитие на бизнес отношения?!

Необходимо е и да се спомене, че голяма част от аутсорсерите (организации, отдаващи дейности и/или процеси за изпълнение на друга) могат да се отнасят към своите контрагенти като с низшестоящи, длъжни да изпълняват исканията им.

В този ред на мисли може да се зададе и въпроса за равнопоставеност в отношенията между страните по договора за аутсорсинг. Практиката показва, че позитивизмът (или умереният оптимизъм) е много по-ползотворен и със синергичен ефект за равнопоставените взаимоотношения (Varadarajan, 2009), независимо от разочарования и непостигнати очаквания или промяна на бизнес средата и условията, както и известно затягане на контрола от страна на държавата, голяма част от компаниите започнаха да действат в обратна посока или insourcing.

Инсорсингът от една страна дава сигурност на изпълнение, но от друга страна премахва всички рискове свързани с аутсорсинга. Тогава възниква един „малък“ проблем – кое да се избере, така че и „вълкът да е сит, и агнето цяло“?

Като заключение на тези два раздела може да се представят основните различия между офшоринг и аутсорсинг (табл. 1).

Таблица 1. Основни различия между офшоринг и аутсорсинг

	Офшоринг	Аутсорсинг
Концепция	Прехвърляне на цели производствени процеси и звена	Прехвърляне на бизнес операции към външни организации
Цел	Минимизиране на разходите	Фокусиране върху основните дейности
Местоположение	Задължително в друга държава	Обикновено в рамките на самата държава

Теза на изследване и възможни решения

Според един от основателите на термина „**производствена стратегия**“ (Skinner, 1974): „Голяма централизирана структура, т.е. голяма корпорация, работи по-добре, ако се разбие на по-малки самостоятелни структури, всяка от които е със собствен фокус и собствена операционна стратегия“.

Факт е, обаче, че аутсорсингът се оказва ефикасен и ефективен и управленски инструмент, но зависи как се използва.

Естествено възникват въпроси от вида: 1) прехвърляне на проблеми от различно естество върху контрагента, който обикновено е малко предприятие (дори то да работи незаконосъобразно, но е ефективно); 2) световна практика, която показва, че това не е проблем засягащ само нашата страна; 3) реакцията върху аутсорсера; 4) степен на развитие на съответната услуга в региона, в който попада аутсорсера и др.

В този смисъл, **тезата**, която може да се формулира е, че ако трябва да се повери дейност и/или процес на организация с утвърдени позиции, експертни познания, добро

управление, сътрудничество, взаимна изгода и синергия, то това е най-добрият избор за аутсорсера.

Едно от възможните решения е собствен или вътрешен аутсорсинг, познато в световната практика като „спин-оф“ (spin off). Това означава отделяне на дейността и активите в дъщерно дружество, което е със собствено управление и фокус върху собствената дейност.

Това по същество означава, че всички операции (примерно логистични, счетоводни и др.) на групата от свързани фирми или на компанията-майка, се прехвърлят на новосъздадено дъщерно дружество.

Ключов момент тук е ненамесата на фирмата-майка в оперативното управление на дъщерното дружество. Казано по друг начин, контролът трябва да е върху ефикасността и ефективността, подкрепена с отчети. В противен случай, може да се утежни структурата чрез тежки бюрократични решения.

В нашата страна също могат да се отбележат добри практики в това отношение:

1) Захарни заводи – Горна Оряховица (основано в 1912 г.) – група от заводи за производство с обособени продажби, логистика, ремонт и други дейности в дъщерни дружества със собствени фокус и управления;

2) Каолин ЕАД – Сеново (основано в 1924 г.) – група от заводи с обща администрация и топ мениджмънт, които в момента е в процес на изваждане от състава на компанията на транспортни операции в отделно дъщерно дружество. Това ще позволи на новата транспортна фирма да оптимизира своята дейност и ще даде възможност за реализация на икономия от мащаба чрез транспортно обслужване на други клиенти освен Каолин.

От друга страна, може да се отбележи, че отдаването на дейност на външен изпълнител на практика е прехвърляне на създаден бизнес в чужди ръце, за който има готови клиенти в лицето на аутсорсера.

Когато няма утвърден контрагент в бранша, е по добре да се създаде дъщерно дружество, което да има самостоятелно управление.

Фирмата-майка би следвало да се интересува само от икономическите му резултати и да не се намесва в управлението му. Това дава възможност на мениджмънта на новата компания да си поставя собствени бизнес цели, да разширява дейността си чрез намиране на нови клиенти. По този начин организацията-майка се фокусира върху собственото производство и не се ангажира с проблемите на дъщерното дружество.

В крайна сметка целта на всяка бизнес структура е максимално да оползотворява ресурсите, чрез което се постига ценово предимство. Ако трябва това действие да се причисли към аутсорсинга, то може да се определи като вътрешен аутсорсинг.

ИЗВОДИ

Изводите, които произтичат от извършеното изследване са:

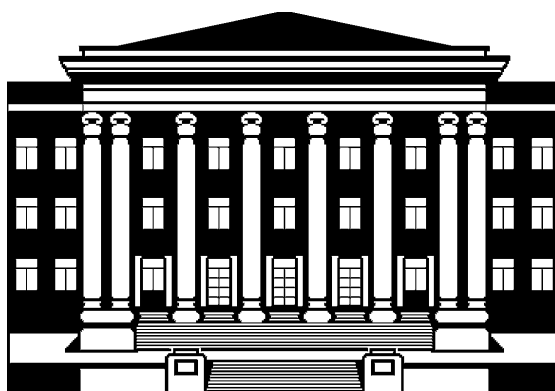
- Разгледани са основни теоретични аспекти за офшоринга, решоринга, аутсорсинга и инсорсинга.
- Осветлени са основните различия между офшоринга и аутсорсинга, свързани с концепцията и целта на двете понятия.
- Представени са добри практики за аутсорсинг в нашата страна.
- Предложена е формулировка на изследователска теза, на основата, на която могат да се извършат практически изследвания.

REFERENCES

- Abbasi, H. (2016). It's not offshoring or reshoring but Right-shoring that matters. *Journal of Textile and Apparel Technology and Management*, 10(2), 1-6.
- Alexandrova, M. (2009). International outsourcing: Incentives, Benefits and Risks for the Companies in SEE Countries. *4th International Conference of ASECU "Development Cooperation and Competitiveness"*, 11-16.
- Alexandrova, M. (2011). IT outsourcing partnerships in Bulgaria: Strategic orientation. *Analele Stiintifice ale Universitatii "Alexandru Ioan Cuza" din Iasi - Stiinte Economice*, 58(1), 555-569.
- Baroncelli, A., Belvedere, V., Serio, L. (2017). *Offshoring Versus Reshoring? Rather, Shouldn't It Be Rightshoring?*. In: Vecchi A. (eds.) *Reshoring of Manufacturing. Measuring Operations Performance*, Springer, Cham.
- Contractor, F., Kumar, V., Kundu, S., & Pedersen, T. (2010). Reconceptualizing the Firm in a World of Outsourcing and Offshoring: The Organizational and Geographical Relocation of High-Value Company Functions. *Journal of Management Studies*, 47(8), 1417-1433.
- Harizanova, M. (2012). Outsourcing: Role, Characteristics and Directions of the Application. *Nauchni trudove University of National and World Economy*, 2, 7-39.
- Metters, R., Verma, R. (2008). History of Offshoring Knowledge Services. *Journal of Operations Management*, 26(2), 141-147.
- Mihaylova, L., Papazov, E. (2018). Strategic Outsourcing Directions: Examples of Good Practice. *Izvestia – Journal of the Union of Scientists-Varna. Economic Sciences Series*, 7(3), 101-108.
- Mihaylova, L., Papazov, E. (2010). The Outsourcing as a Strategic Decision in SMEs. *Zbornik radova. Šesta majska konferencija o strategijskom menadžmentu*, 103-112.
- Oshri, I., Kotlarsky, J., Willcocks, L.P. (2009). *The Handbook of Global Outsourcing and Offshoring*. Palgrave Macmillan, London.
- Risher, J.J. (2016). *From Offshoring to Reshoring: A Conceptual Framework for Manufacturing Location Decisions in a Slow-Steam World*. Doctor of Business Administration Dissertations. Paper 23.
- Skinner, W. (1974). The focused factory. *Harvard Business Review*, (May-June), 113-121.
- Tate, W.L. (2014). Offshoring and reshoring: U.S. insights and research challenges. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 20(1), 66-68.
- Tate, W.L., Bals, L. (2017). Outsourcing/offshoring insights: going beyond reshoring to rightshoring. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47(2/3), 106-113.
- Troacă, V.A., Bodislav, D.A. (2012). Outsourcing. The Concept. *Theoretical and Applied Economics*, 6(571), 51-58.
- Ulferts, G.W., Howard, T.W. (2005). Offshore Outsourcing: The Impact on Businesses, *Entrepreneurship in a Diverse World*, 6.
- Varadarajan, R. (2009). Outsourcing: Think more expansively. *Journal of Business Research*, 62(11), 1165-1172.

UNIVERSITY OF RUSE „ANGEL KANCHEV“

UNION OF SCIENTISTS - RUSE



**60-TH ANNUAL SCIENTIFIC CONFERENCE
OF UNIVERSITY OF RUSE „ANGEL KANCHEV“
AND UNION OF SCIENTISTS – RUSE**

OCTOBER 2021

I N V I T A T I O N

**Ruse, 8 Studentska str.
University of Ruse
Bulgaria**

PROCEEDINGS
Volume 59, Series 5.3

Economics and Management

Under the general editing of:
Pr. Assist. Prof. Miroslava Boneva, PhD

Editor of Volume 59:
Prof. Diana Antonova, PhD

Bulgarian Nationality
First Edition

Printing format: A5
Number of copies: on-line

ISSN 1311-3321 (print)
ISSN 2535-1028 (CD-ROM)
ISSN 2603-4123 (on-line)

The issue was included in the international ISSN database, available at <https://portal.issn.org/>.
The online edition is registered in the portal ROAD scientific resources online open access



PUBLISHING HOUSE
University of Ruse "Angel Kanchev"