

ISSN 1311-3321

**РУСЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ „Ангел Кънчев“**  
**UNIVERSITY OF RUSE „Angel Kanchev“**

---

**Факултет „Бизнес и мениджмънт“**  
**Faculty of Business and Management**

**СБОРНИК ДОКЛАДИ**  
**на**  
**СТУДЕНТСКА НАУЧНА СЕСИЯ – СНС’14**

**СБОРНИК ДОКЛАДОВ**  
**СТУДЕНЧЕСКОЙ НАУЧНОЙ СЕСИИ – СНС’14**

**PROCEEDINGS**  
**of**  
**the SCIENTIFIC STUDENT SESSION – SSS’14**

**Русе**  
**Ruse**  
**2014**

Сборникът включва докладите, изнесени на студентската научна сесия **СНС'14**, организирана и проведена във факултет „Бизнес и мениджмънт“ на Русенския университет “Ангел Кънчев”.

Докладите са отпечатани във вида, предоставен от авторите им.  
Доклады опубликованы в виде, предоставленном их авторами.  
The papers have been printed as presented by the authors.

**ISSN 1311-3321**

Copyright ©

- ♦ **СТУДЕНТСКАТА НАУЧНА СЕСИЯ** се организира от **АКАДЕМИЧНОТО РЪКОВОДСТВО** и **СТУДЕНТСКИЯ СЪВЕТ** на **РУСЕНСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ** с цел да се предостави възможност на студенти и докторанти да популяризират основните резултати от своята учебноизследователска работа и да обменят опит.
- ♦ **ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ:**
  - **Съпредседатели:**  
проф. д-н Христо Белоев, ДНС mult. –  
РЕКТОР на Русенския университет  
Елена Захаријева  
ПРЕДСЕДАТЕЛ на Студентския съвет  
elena\_zaharieva91@abv.bg; 082-888 390
  - **Научни секретари:**  
проф. д-р Ангел Сфрикаров –  
Зам.-ректор на Русенския университет  
ASmrikarov@ecs.uni-ruse.bg; 082-888 249  
Габриела Попова –  
Член на Студентския съвет  
Gabriela\_popova\_@abv.bg; 082-888 390
  - **Членове:**
    - **Факултет „Аграрно-индустриален”**  
доц. д-р Калоян Стоянов  
kes@uni-ruse.bg; 082-888 542  
Гергана Везирска  
geri\_vezirska@yahoo.com
    - **Факултет „Машинно-технологичен”**  
доц. д-р Стоян Стоянов  
sgstoyanov@uni-ruse.bg; 082-888 572  
Мариета Станоева  
mstanoeva@uni-ruse.bg
    - **Факултет „Електротехника, електроника и автоматика”**  
доц. д-р Теодор Илиев  
tiliev@ecs.uni-ruse.bg; 082-888 839  
Георги Цанков  
g.tsankov93@gmail.com

- **Факултет „Транспортен”**  
доц. д-р Валентин Иванов  
vdivanov@uni-ruse.bg; 082-888 373  
Димо Иванов;  
dimich@abv.bg
- **Факултет “Бизнес и мениджмънт”**  
доц. д.н. Дянко Минчев,  
dminchev@uni-ruse.bg; 082 888 357  
Елизар Станев  
eastanev@uni-ruse.bg
- **Факултет „Юридически”**  
гл. ас. д-р Кремена Раянова  
k\_raynova@abv.bg; 0889 205921  
Боян Войков  
bvoikov@abv.bg
- **Факултет „Природни науки и образование”**  
доц. д-р Емилия Великова  
evelikova@uni-ruse.bg; 082/ 888 848  
Йоана Тасева  
ioana.taseva@abv.bg
- **Факултет „Обществено здраве и здравни грижи”**  
доц. д-р Стефан Янев  
snyanev@uni-ruse.bg ; тел. 082-821 883  
Емануил Панайотов  
emo7700@abv.bg
- **Филиал Разград**  
доц. д-р Цветан Димитров  
tz\_dimitrow@abv.bg; 0887-631 645  
Живка Иванова  
ivanova\_jivka@abv.bg
- **Филиал Силистра**  
доц. д-р Тодорка Георгиева  
knidor@abv.bg; 086 821 521  
Доника Костадинова  
doni\_ss91@abv.bg

**Рецензенти на докладите:**

Проф. д-р Диана Антонова  
Доц. д-р Екатерина Сотирова - Петкова  
Доц. д-р Даниел Павлов  
Доц. д-р Свилена Рускова  
Доц. д-р Любомир Златев  
Доц. д-р Антон Недялков  
Доц. д-р Марин Маринов  
Доц. д-р Наталия Неделчева  
Доц. д-р Рада Кършакова  
Доц. д-р Александър Петков  
гл.ас. д-р Емануил Коларов  
ас. Христина Соколова  
ас. Страхил Карапчански

**СЕКЦИЯ**  
**„Икономика и мениджмънт“**

**С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е**

1. <b>Макроикономически анализ на ефектите на политиката на количествени улеснения на Федералния резерв.....</b>	9
автор: Калоян Богданов	
научен ръководител: доц.д-р. Емил Трифонов	
2. <b>Значението на систематичния риск в контекста на макропруденциалната регулация.....</b>	14
автор: Виктор Тачев	
научен ръководител: доц.д-р. Емил Трифонов	
3. <b>Волатилност на пазарните индекси.....</b>	20
автор: Виктор Тачев, Калоян Богданов	
научен ръководител: гл.ас. Анелия Любенова	
4. <b>Игри и икономическо планиране.....</b>	25
автор: Георги Георгиев	
научен ръководител: доц.д-р. Свилена Рускова	
5. <b>Предимства и последици от урбанизацията в България.....</b>	29
автор: Тихомира Генкова	
научен ръководител: ас. Светослава Ениманева	
6. <b>Възможности за развитие на селския туризъм в България чрез средствата на Програмата за развитие на селските райони.....</b>	34
автор: Ростислава Пенева	
научен ръководител: гл.ас. Даниела Йорданова	
7. <b>Русенска търговско-индустриална камара: създаване и дейност.....</b>	41
автор: Дориана Костова	
научен ръководител: доц. д.н. Дянко Минчев	
8. <b>Анализ на административното обслужване при подаване на заявление за отпускане на парично обезщетение за безработица.....</b>	44
автор: Весела Пламенова Дочева, Ивелина Веселинова Тодорова, Гергана Димитрова Александрова	
научен ръководител: доц. д-р Антон Недялков, доц. д-р Александър Петков, д-нт Мирослава Бонева	
9. <b>Възможности за прилагане на електронния подпис в България.....</b>	49
автор: Мария Петкова	
научен ръководител: доц. д-р Александър Петков	
10. <b>Рейтинговата система на българските висши училища – състояние и проблеми.....</b>	55
автор: Елена Захариева	
научен ръководител: доц. д-р Антон Недялков	

**СЕКЦИЯ**  
**„Политически науки и културология“**

**С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е**

1. <b>Особености на ЕС в сравнение с други международни организации</b>	59
автор: Кристиан Илиев	
научен ръководител: доц. д-р Мими Корнажева	
2. <b>Кампания „Магистър по европейските въпроси II“</b>	63
автор: Цветина Запринова, Йоанна Панкова, Михаела Недялкова,	
Илиян Петков, Мартин Георгиев	
научен ръководител: доц. д-р Мими Корнажева	
3. <b>Проучване на политическата реклама на политическа коалиция</b>	
<b>„Реформаторски блок“ ( Евроизбори 2014 )</b>	68
автор: Катерина Петрова	
научен ръководител: гл. ас. Илияна Кошарова	
4. <b>Проучване на политическата реклама на политическа партия ГЕРБ</b>	
<b>(за Евроизбори 2014)</b>	73
автор: Тодор Гецов	
научен ръководител: гл. ас. Илияна Кошарова	
5. <b>Globalization and Culture</b>	78
автор: Александър Стоянов	
научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова	
6. <b>Globalisation and Cultural Change</b>	81
автор: Йоанна Панкова	
научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова	
7. <b>Globalization and Cultural Diversity</b>	85
автор: Лора Христова	
научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова	
8. <b>How Globalization Affects National Culture</b>	88
автор: Михаела Недялкова	
научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова	
9. <b>Български пословици и поговорки за ума и глупостта</b>	92
автор: Моника Карагенова	
научен ръководител: доц. д-р Румяна Петрова	
10. <b>Основни компетенции за успешни презентационни умения в делова среда</b>	96
автор: Христо Христов	
научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова	





## Макроикономически анализ на ефектите на политиката на количествени улеснения на Федералния резерв.

Автор: Калоян Огнянов Богданов

Научен ръководител: доц. д-р Емил Трифонов

*Who and what caused the unstable boom and later on the financial collapse and the economic crisis in the USA: The paper reveals the essence of the unconventional "quantitative easing" monetary policy and disputes some of the myths that media and some analysts have developed about the program. Through analyzing the three phases of quantitative easing and their effects on key macroeconomic indicators the paper tries to determine if they have reached their stated by the Federal Reserve goals.*

**Key words:** Interest rate, Federal Reserve, Quantitative easing, Federal Funds Rate, Mortgage-Backed Securities, T-bonds, FOMC, financial crisis, open market operations.

### ВЪВЕДЕНИЕ

На 9 октомври 2007г. промишленият индекс Дау Джоунс затваря на рекордно ниво от 14,164 пункта. От този момент нататък американската икономика протегля с пълна сила надолу по склона. Фалитът на инвестиционната банка Лемън Брадърс на 15 септември 2008г. замразява финансовите пазари и дърпа спусъка на предстоящия колапс. Светът е на крачка от тотален финансов крах. А глобалната икономика влиза в най тежката икономическа криза, след Голямата депресия от '30-те години на миналия век. Настъпилата криза беше наречена по-късно Голямата рецесия, по аналогия с последната най- тежка икономическа криза и наистина бяха се наложили страховете, че новата криза ще надмине старата по своите размери и негативни последици.

Най – голяма роля в опита да бъде спасена потъващата икономика изигра Централната банка на САЩ - Федералният резерв. Той бе партньор в много от рефинансиранията, подети от правителството и в допълнение впрегна всички свои инструменти на монетарната политика за да се стимулира потреблението и инвестициите и да се избегне колапса. Дисконтовият процент и минималните изискуеми резерви са на исторически ниски нива. От декември 2008г. лихвеният процент по федералните фондове (Federal Funds Rate) е в обсега 0 - 0.25%. Ниските лихви и разширените резерви на банките обаче не са достатъчни за да се възстанови кредитирането, а с него финансовата система и цялата икономика. С оглед на тези песимистични факти Федералния резерв прибегва до неконвенционална монетарна политика за да успее да да налее още ликвидност, да понижи дългосрочните лихвени проценти и да възвърне доверието в системата. Фед навлиза в етап на така наречените мащабни покупки на активи (Large- scale asset purchases) или по- точно политика на количествени улеснения – quantitative easing (QE). Какво се крие в същността на политиката на количествени улеснения и изпълни ли тя предназначението си, а именно да ограничи безработицата и да върне икономиката на САЩ към стабилен растеж?

Целта на настоящата разработка е разкриване същността на политиката за количествени улеснения на Федералния резерв, както и да се направи опит, чрез анализ на трите етапа на програмата, за установяване на ефектите на мащабните покупки на активи върху основните макроикономически показатели и съответно определяне на успеваемостта на всяка от фазите спрямо обявените от Фед цели.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

При политиката на количествени улеснения Фед спира да се цели в понижаване на Fed Funds Rate, понеже той вече е на нулеви нива и няма възможност повече да

бъде намален (ситуация наречена ликвиден капан), следователно традиционните операции на открития пазар и изкупуването на краткосрочен дълг вече са нефективни. Централната банка обръща вниманието си към такива с по – дългосрочен падеж от 5, 10, 20 години, както и към ценни книжа обезпечени с ипотечи (Mortgage Backed Securities - MBS). Изкупуването на дългосрочни ДЦК (T-bonds) постига няколко много важни неща – на първо място повишаването на цените и спада на доходността по дългосрочните ДЦК връща доверието на инвеститорите в правителството на САЩ, че риск да изпадне в неплатежоспособност не съществува. От друга страна ниските лихви по ДЦК могат да преориентират инвеститорите, за които доходност от 2-3% е твърде ниска, да ребалансират портфолиото<sup>1</sup> си към други класове ценни книжа като акции и корпоративни облигации и така да се пренасочат инвестиции към частния сектор. По ниските проценти по ДЦК също оказват влияние в посока понижаване на лихвите по корпоративните и потребителски заеми, и най-важно – фиксираните лихви по ипотечните кредити, заздравяйки по този начин имотния пазар.

Председателят на Фед по това време и главен идеолог на QE, Бен Бернанке, прави разграничение между количествени улеснения в чистия смисъл на понятието и политиката, която Фед практикува за справяне с рецесията. В своя реч в London School of Economics, на 13 януари 2009г. той определя американския подход като кредитни улеснения и го разграничава от японския вариант на количествени улеснения, който „страната на изгряващото слънце“ наложи в опит да се справи с дългогодишния процес на дефлация в икономиката.[1] Въпреки че, технически количествените улеснения и кредитните улеснения, са еднакви, това което гуверньорът на Фед твърди е, че при стандартните количествени улеснения Централната банка се интересува единствено от това да създава парична маса или резерви и да ги влива в икономиката, без значение какво се изкупува с новосъздадените пари. Това е правила именно и Централната банка на Япония между 2001 и 2006г. когато раздува баланса си до 25 трилиона йени.[2] За разлика от тях, Фед разширява баланса си, но го прави не само с акцент на разширяването на монетарната база, но и как тя да бъде използвана за предоставяне на ликвидност и облекчаване на състоянието в определени сектори на икономиката, като този на недвижимите имоти. [3]

Въпреки митичния статус, който програмата добива благодарение на медиите и всеобщото неразбиране на същността и, QE всъщност не е по- различна от операциите на открития пазар. И двата инструмента включват създаване и изтегляне на резерви от банковата система. За по добро разбиране бихме могли да си послужим със пример. Нека да приемем 2 сценария:

#### **Сценарий 1 – Банка продава ДЦК в размер на \$100 на Фед**

##### **Баланс на Федералния резерв:**

Промяна в Активи = +\$100

Промяна в Пасиви = +\$100

Нетна стойност (Разлика м/у Активи и Пасиви) = \$0

##### **Баланс на банката:**

Промяна в Активи = \$0 (ДЦК са разменени за резерви)

Промяна в Пасиви = \$0

Нетна стойност = \$0

#### **Сценарий 2 – Небанкова институция продава \$100 в ДЦК на Фед. Банка действа като посредник.**

##### **Баланс на Федералния резерв:**

<sup>1</sup> Така нареченият „Portfolio balance channel” или балансов канал.

Промяна в Активи = +\$100

Промяна в Пасиви = +\$100

Нетна стойност = \$0

**Баланс на банката:**

Промяна Активи = +\$100 (увеличение в резервите)

Промяна Пасиви = +\$100 (увеличение в депозитите)

Нетна стойност = \$0

**Небанкова институция:**

Промяна Активи = \$0 (продава ДЦК и открива депозит)

Промяна Пасиви = \$0

Нетна стойност = \$0

Широко разпространена заблуда е, че QE сама по себе си означава чисто и просто печатане на пари и има силен инфлационен ефект. Това не е така - Фед не увеличава директно количеството пари в системата. Истината е, че когато Фед купува токсични активи, ефекта върху широките пари (broad money)<sup>2</sup>, а от там и върху инфлацията, зависи от това кой е продал активите и какво правят с резервите, които получат. Както беше отбелязано в примера по-горе, когато банката е продавач на ценните книжа, става дума само за размяна на активи – ДЦК за резерви. Финансовите активи на частния сектор си остават същите и парите в обращение не се увеличават. Широките пари ще нарастнат само ако банката отговори на повишените резерви с кредитиране на бизнеса и домакинствата. Във втория сценарий, небанкова институция продава ДЦК, показателят широки пари реално се покачва, защото в замяна продавачът се е сдобил с депозит в банката посредник, което обаче, също не означава, че ще това ще резултира в инфлация, защото потребителското е функция на дохода отнесен към склоността за спестяване а QE не променят нито една от тези променливи. Слабият растеж, високата безработица, и неизползвания капацитет на икономиката допринасят значително за ниския натиск върху инфлацията. Показателите за инфлация през последните 4 години ясно показват това. За октомври 2013, годишната инфлация измерена с индекса за потребителските цени CPI показва 1.73%, което е по ниско от 2% средно за последните 5 години.[4]

Програмата на Фед за изкупуване на активи се разви на 3 етапа. Те разшириха размера на баланса на Фед до малко над \$4 трилиона към януари 2014г. От този момент, Централната банка започна да свива месечните покупки на активи с \$10 милиарда на месец и още \$10 милиарда през февруари, сигнализирайки, че постепенно може да прекрати програмата ако икономиката продължи да се подобрява. След повече от 5 години на количествени улеснения, Фед разшири баланса си над 4 пъти. Считайки продължителността и мащаба на програмата, много анализатори и икономисти дискутират дали тя успя да постигне обявените си цели. За да се установят конкретни резултати, трябва да се разгледат трите етапа на QE в макроикономическа перспектива и да се анализира успеваемостта им.

### ЕТАПИ НА ПРОГРАМАТА:

Първият рунд на програмата за изкупуване на активи (**QE1**) е обявена на 25 ноември 2008г. Намерението е придобиване на \$200 милиарда в дълг на държавно спонсорирани предприятия (Government Sponsored Enterprises,), каквито са кредитните гиганти Фани Мей и Фреди Мак и \$500 милиарда в ценни книжа обезпечени с ипотeki (MBS). Програмата е резширена през март 2009, включвайки допълнително изкупуване на, \$750 милиарда в MBS и \$100 милиарда в дългорочни държавни

<sup>2</sup> Широките пари, или M3, са най-обхватният паричен агрегат. M3 се формира от парите извън банките и всички видове депозити на частния сектор и домакинствата.

облигации. Изявлението на Фед дефинира и целта на програмата: *„намаление на цената и увеличаване на достъпността на кредит за закупуване на недвижими имоти, което съответно трябва да подкрепи пазара на имоти и да насърчи възстановяването на финансовите пазари”*. Чрез покупката на MBS Фед цели и облекчаване на балансите на банките от токсичните активи, което ще им позволи да кредитират повече. За 6 месеца Фед разширява баланса си повече от два пъти – от \$700 милиарда до \$1.75 трилиона. Инициативата приключва през юни 2010, поради оптимистичните знаци в икономиката на страната. Тогава баланса на Фед е вече в размер на \$2.1 трилиона. Два месеца по късно, поради ново влошаване на икономическите показатели, Централната банка подновява програмата с ежемесечно изкупуване на \$30 милиарда в ДЦК с матуритет между 2 и 10 години. От началото на 2009 г. и през цялата година, реално се наблюдава подобрене на състоянието на пазара на недвижими имоти. Финансовите пазари също отбелязват сериозен ръст. Изглежда QE1 е постигнал поне обявените от Фед цели. [5]

Вторият етап (**QE2**) стартира на 3 ноември 2010г. Планирано е придобиване, от страна на Фед, на \$600 милиарда в ДЦК до второто тримесечие на 2011г. Целта е *„осигуряване на дългосрочен и стабилен ръст на инфлацията”*. [6] Очакванията за инфлация повишават търсенето, поради факта, че потребителите бързат да изхарчат парите си по- бързо и така да се стимулира още повече потребление и инвестиции, следователно икономически растеж. От гледна точка на целта заявена от Федералния резерв, с акцент попадащ върху инфлацията, QE2 също може да бъде определена за успешна инициатива. Изкупуването на \$600 милиарда в дългосрочни ДЦК и допълнителното понижение на дългосрочните лихвени проценти, постигна разширяване на потреблението. Това се случи благодарение на облекчените кредитни стандарти и повишение на цените на активите, които повишиха инфлационните очаквания. В резултат инфлационните нива се приближиха с умерен темп до целта от 2%. Този успех, обаче, имаше краткосрочен ефект – през октомври 2011г. инфлацията отново пое по обратния път надолу. В контраст с краткосрочния успех на програмата, първият и вторият етап на количествените улеснения не успяха да се преборят с факторите за слабия растеж в стагниралата американска икономика. [7]

След QE2, трудовия пазар остана слаб, със замръзнали нива на възнагражденията и все още висока безработица. Реалния БВП е далеч от потенциалните си нива. С цел да промени въпросните тенденции, Фед стартира трети рунд на количествени улеснения (**QE3**) на 13 септември 2012г. Фед решава да инициира покупки на \$40 милиарда месечно в ценни книжа обезпечени с ипотeki. На 12 декември 2012г. Комитетът по откритите пазари (FOMC) обявява разширяването на месечните покупки до \$85 милиарда, добавяйки \$45 милиарда в дългосрочни ДЦК. Този етап на програмата на Фед е по- различна от предишните – тя е с отворен край и няма конкретно обявена дата за приключването и. По- точно програмата ще продължи докато безработицата падне под 6.5% или инфлацията се покачи над 2.5%. Заради този факт, QE3 понякога е наричана с прякора „QE– безкрайност” [8]

Централната банка разчита на балансовия канал да подкрепи пазара на работна ръка а именно покупките на \$85 милиарда в ДЦК и ценни книжа обезпечени с ипотeki да увеличи цените на тези активи и да редуцират доходността им, което ще принуди много инвеститори да изместят инвестиционния си хоризонт към по- рисковите активи като корпоративен дълг. Това би подтиснало цените на кредитите за компаниите и повишило възможността им да заемат пари. Така те ще имат повече стимули да инвестират в нови фабрики, разширят производството, развият нови продукти, и в крайна сметка да наемат повече работници.

Ниския растеж на БВП отнесен към потенциалните му стойности, допринасящ за слабия трудов пазар, бе една от основните причини за иницирането на QE3. Ако се

приеме, че предкризисната икономика на САЩ през 2006г. е оперирала на пълния си капацитет, може да се види значителна разлика между реалния БВП и потенциалния такъв в годините след кризата. Ако целта на QE3 е да смали тази огромна разлика (и да понижи високата безработица породена от нея) явната липса на приближаване на нивата на двата показателя подсказва, че QE3, включваща над \$2 трилиона монетарни инжекции до момента, не е ефективна.[9] Наблюдава се дори нещо по интересно – докато темпа на безработица спада, процента на заетите хора в трудоспособна възраст се понижава значително в първите години на кризата (2009г.) и от тогава насам не отбелязва почти никакво подобрение.[10] Това означава, че все повече хора изпадат от активната работна сила и се присъединяват към групата на безкуражените и спират да си търсят работа.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Дали експериментът „количествени улеснения“ може генерално да се определи като успешен предстои да се разбере в недалечното бъдеще. Най-големият тест за наследника на Бен Бернанке на поста председател на Фед – Джанет Йелън е, че тя ще бъде задължена да свие още повече програмата за изкупуване на активи. Ако Фед може да прекрати QE и да превключи на режим с нормални лихвени проценти, като същевременно задържи темпото на възстановяване, то неговият паричен експеримент ще бъде наистина успешен. Но ако той приключи зле, с растеж в застой, или с издуването на балони при някои активи, или ако инфлацията процъфти, то Федералният резерв няма да бъде в състояние да реагира. А един сериозен инфлационен бум може да се окаже пагубен за американската и световна икономика, тъй като Фед ще се принуди да повиши лихвите. Това от своя страна би довело до повишаването на доходността на дълга на САЩ, което несъмнено ще окаже допълнителна тежест върху и без това крехките публични финанси на икономическия гигант. Политиците – дори и някои консервативни анализатори – приеха за даденост, че Фед е длъжен да намали безработицата и да направлява бизнес цикъла. Джанет Йелън вярва в това горещо. А тя със сигурност ще има шанса да го докаже. Истинският тест за всеки цикъл на паричната политика не е как започва той, а как завършва.

### **ЛИТЕРАТУРА**

- [1].<http://www.federalreserve.gov/newsevents/speech/bernanke20090113a.htm>
- [2].<http://www.investopedia.com/articles/economics/10/quantitative-easing.asp>
- [3].<https://www.khanacademy.org/economics-finance-domain/core-finance/money-and-banking/federal-reserve/v/more-on-quantitative-easing--and-credit-easing>
- [4].<http://www.tradingeconomics.com/united-states/inflation-cpi>
- [5].Klingelhofer, J. "Quantitative easing's elusive targets", Thornbug Investment Management report, 2014, pages 2-3.
- [6].<http://www.federalreserve.gov/newsevents/press/monetary/20101103a.htm>
- [7].<http://www.tradingeconomics.com/charts/united-states-inflation-cpi.png?s=cpi+yoy&d1=20100101&d2=20111231>
- [8].<http://useconomy.about.com/od/glossary/g/Quantitative-Easing.htm>
- [9].<http://goo.gl/Mz9Dv8>
- [10].<http://research.stlouisfed.org/fred2/series/EMRATIO>

### **За контакти:**

Калоян Богданов, студент 4 курс, специалност Международни икономически отношения, факултет „Бизнес и мениджмънт“, катедра „Икономика“ Русенски Университет „Ангел Кънчев“, e-mail: [kaloyan\\_bogdanov@abv.bg](mailto:kaloyan_bogdanov@abv.bg)

**Докладът е рецензиран.**

## Значението на систематичния риск в контекста на макропруденциалната регулация

Автор: Виктор Тачев

Научен ръководител: доц. д-р. Емил Трифонов

***The importance of the systemic risk in terms of macroprudential oversight:** The financial sector is often described with the term "interconnectedness". It simply means that the individual financial institutions are so heavily linked with each other, that if some stress scenario appears, somewhere over the whole system, it will result in dramatic problems. The mission of the macroprudential oversight is to prevent the financial system from different risks and negatives, using a wide variety of tools and instruments.*

**Key words:** Systemic risk, Macroprudential oversight, European Banking Authority, interconnectedness, Stress testing, Toxic Assets

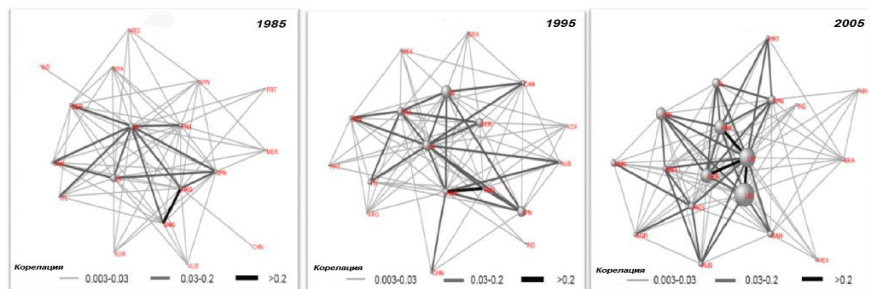
### ВЪВЕДЕНИЕ

Негативите във финансовия сектор определено са много на брой и продължават да се увеличават, пропорционално с развитието му. Като особено важен, в последните години, се определи големият мащаб на взаимосвързаност във финансовия сектор. Банковият сектор е достигнал до степен, в която сътресенията в него заплашват цялата икономическа система. И то не локално, а глобално. Точно тази обвързаност в сектора поражда опасността от т.нар. систематичен риск. Тоест опасността проблемите в даден компонент от сектора да засегнат цялостната му стабилност и да предизвикат верижна реакция с негативни последици.

Целта на доклада е да проследи процесите на зараждане на систематичен риск във финансовия сектор, генериран от системно важни институции и да предостави ефективни препоръки за превенция и мониторинг, разгледани в контекста на политиките за макропруденциално регулиране. Макропруденциалната регулация може ясно да разкрие дисбалансите в отделните икономически сегменти, както и в дадени финансови институции, чиито политики биха навредили на сектора в неговата цялост.

На следната графика ясно се визуализира степента на обвързаност във финансовата система и нейното изменение през годините. Тенденцията е тя да се увеличава напред във времето. Заедно с нея се появява и нуждата от поглед над спецификата на систематичния риск. Точно поради тази причина, контролът и превенцията над евентуалните негативни събития в цялата система, изискват мониторинг на висше (макро) равнище. Кризата от 2007-2008г. показва на света, че местните регулаторни органи не могат да контролират обемите на търгуваните експозиции, а в още по-малка степен тяхното качество.

Това породило явната нужда от установяването на по-стабилни мерки и сформирането на нови, по-крупни регулатори, които да следят, не само отделни участници във финансовия сектор, но и неговата цялост. Контрол на макро равнище, който да спомога за превенция срещу пораждането на проблеми в сектора, както и да редуцира тяхното разпространение по компонентите на цялата система [2].

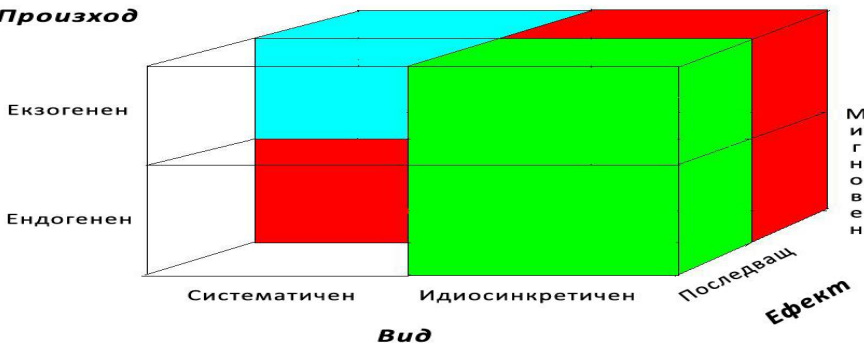


Отделните точки в системата са обвързани на база (Размер на чуждестранните активи + Размер на чуждестранните пасиви) за всяка точка. Връзките между тях  $i$  и  $j$  са обвързани на базата на (Размер на чуждестранните активи  $i$  + Размер на чуждестранните пасиви  $j$ ) / (БВП $i$  + БВП $j$ )

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Основните проблеми за финансовата система идват от систематичните рискове. Опасността, която крият е толкова голяма, че е възможно да се достигне до силно изкривяване на реалния сектор. Систематичните рискове се крият в степента на обвързаност на отделните участници в икономическия цикъл, корелацията между отделните финансови пазари и цялостната макроикономическа обстановка. Макропруденциалната регулация измерва до какви нива се разпределя агрегирания систематичен риск между отделните финансови институции, като осигурява и мониторинг над времевото му изменение. Концепцията за въздействието на систематичния риск върху сектора се гради върху тезата, че при занижени нива на контрол над индивидуалните рискови нива, общите измерения на систематичен риск за целия сектор биха били над среднопретеглените. [5] Когато финансовият сектор достигне до определена степен на нестабилност, дори и ясно локализирани и своевременно идентифицирани рискове могат да доведат до различни по мащаб кризи и верижни реакции.

### Произход



- Дял на агрегираните шокове в икономическата система, в общия профил на систематичните рискове.



- Дял на възможните дисбаланси в икономическата система в общия профил на систематичните рискове.



- Дял на "Contagion"<sup>3</sup> събитията в икономическата система в общия профил на систематичните рискове.

<sup>3</sup>Contagion събитие – дефиниция на възможни събития (бум или рецесия), възникващи в икономиката на една държава, които бързо се разпространяват по веригата и към други такива.

Това са основните видове риск, които биха могли да сполетят една икономическа система, според ЕЦБ, дефинирани през 2010г. [6]. Съгласно тях, ЕЦБ изготвя и основни модели и политики за превенция срещу систематичните рискове - ранно-сигнализиращи модели, макро стрес-тест модели, модели за превенция на разпространението.

*Систематизиране на основните точки, касаещи осигуряването на стабилност във финансовия сектор чрез политики на макропруденциално регулиране и редуциране генерирането на систематичен риск.*

Макропруденциалните мерки трябва да доминират при регулацията и надзора над големи и значими банки. Различни типове идиосинкретични проблеми като операционния риск например, могат да засегнат инфарктно една финансова институция. Поради тази причина, важно е да се отбележи, че силнокорелираните активи и споделянето на риск по системата показват, че проблемите, възникващи в една институция не могат да бъдат разглеждани индивидуално. В даден времеви интервал се превръщат в проблеми и за цялата система поради „домино ефекта“ [2]. Проблемите в една финансова институция могат да разкрият податливостта ѝ на различни стресови състояния, както и несъвършенствата в общата система. Поради тези причини качественото микропруденциално регулиране, може и ще доведе до нужда от макропруденциално такова. Чрез използваната количествени методиза оценка на макроикономическите и финансови рискове, както и влиянието им върху отделните компании и сектора, в неговата цялост, водят до изготвяне на адекватни стрес-тестови сценарии.

Макропруденциалната регулация изисква изграждането на по-голяма устойчивост във финансовия сектор. Секюритизациите и кредитните деривати като цяло доведоха и ще продължават да водят всички до дискусията относно ликвидността в сектора. При евентуални бъдещи кризисни периоди, това от което се нуждае секторът, а от там и цялата глобална икономика е да се докаже устойчивостта в системата, а с това да се възвърне и доверието в нея. От първостепенна важност за овладяване на сътресенията е достигането до подсибяване на системно важните банки с капиталови буфери, които да осигурят продължителното им и безпроблемно опериране. Така ще се запази доверието във финансовия сектор, което е от първостепенна важност при стресови ситуации.

Подсибяването на нужните капиталови запаси в дадена банка води до възможността тя да поема всякакъв вид загуби, включително и непредвидени такива, без това да повлияе върху вероятността от фалит.

Като основни начини за гарантирането на устойчивост в сектора, могат да се изведат два конкретни сценария:

- Системата да бъде третирана като едно „голямо портфолио от активи“, ориентирано към по-ниски нива на рискова толерантност.

- Прилагане на по-стриктни мерки върху систематично важни банкови институции, които сами по себе си могат да пренесат сътресения върху целия сектор.

Изготвянето на предварителни стрес тестове би довело до положително заделяне на капиталови буфери, по-голяма устойчивост, както и превенция срещу кредитни експозиции с по-лошо качество. Съществува положителна корелация между качеството на портфейла и евентуалните загуби, генерирани от високи нива на кредитен риск. Периодичното изготвяне на стрес тестове, от своя страна, позволява на надзорните органи да контролират адекватно отделните компании като по този начин могат да идентифицират корелирани рискови експозиции. Трябва да се избегне продължителното прилагане на стандартизирани стрес тестове. Така финансовите институции ще получат по-голяма гъвкавост и ще могат да съпоставят притежаваните активи, както и да предприемат корелирани стратегии за хеджиране.



За да се достигне нивото на едно широкообхватно и пространствено макропруденциално регулиране, трябва да се спазва нуждата от прилагане на различни стандарти. Необходимите такива включват капиталови изисквания, стрес тестове, изисквания за ликвидност, поставяне на кредитни лимити към един контрагент, режим на ранно възстановяване, ефективни политики на риск мениджмънта и резолюции за планиране в проблемни ситуации. Самият процес за определяне това, в какви стойности трябва да варира капиталовите изисквания е комплексен, включващ редица параметри и фактори. При извършване на калибрирането, важно е да се вземе под внимание последващият ефект.

„Домино ефектът“, който се явява един от най-сериозните проблеми за сектора, може да се прояви поради две основни причини. Първо – директни влияния от контрагенти, предадени поради взаимосвързаността с проблемната институция. Второ – загубите с последващ ефект върху цялостта на институцията са много вероятни за компании, обвързани с търгуването на структурирани продукти на капиталовия пазар. Тези компании са силно изложени на опасността да генерират загуби, поради нуждата да продават активи при мечи пазар, само и единствено с цел да прекратят притежанието им. Задължително е този факт да се вземе под внимание от регулатора, за да могат да се предвидят нужните разходи за дейността.

По-ограничена роля на променящите се във времето мерки за макропруденциално регулиране. Правят се опити за изграждане на тенденция за опериране в проциклична среда, ограничаваща бързите темпове за разрастване на кредитната експанзия и неустойчивите промени в стойността на отделните активи. Това обаче е несамодостатъчен подход, който поражда редица различни отправни точки и въпросителни като акуратността на мерките за измерване на излишъци и систематични рискове, скоростта на генериране на различни видове регулаторни рамки и експедитивността в прилагането им, правилно калибриране на мерки, контролиращи кредитните потоци в цялата икономическа система и други.

При липса на променливи във времето, мерки за макропруденциално регулиране, тежестта от натрупването на систематичен риск ще падне на точно определено място. Тоест, добре прилаганите мерки, променящи се във времето, ще доведат до забавяне в генерирането на систематичен риск и по този начин може да осигури нужното време за прилагането на адекватни мерки от регулатора. Този тип превенция осигурява времеви буфер.

Поставянето на високи капиталови изисквания би довело до негативен страничен ефект за финансовите институции. Те неминуемо ще увеличат разходите за банката като по този начин ясно би се дефинирала тенденция за увеличение на цените на кредитния ресурс. Това, от своя страна, би довело до забавяне в процеса на кредитораздаване. Именно поради тази причина, акуратното определяне на капиталовите резерви е важно за запазване баланса в банковия сектор.

Висок приоритет при разработването на мерки за овладяване на структурната уязвимост от краткосрочно финансиране в големи обеми. Характерно е наличието на спешна нужда от продажба на активи поради краткосрочно финансиране. Тази нужда се поражда от силната обвързаност и структурната уязвимост на големите банки [7]. Това е явен признак за силната интегрираност на пазарната дейност и кредитната политика, същевременно индикиращ за лаговия ефект на регулаторните мерки.

Важно е да се отбележи, че проблемите, които разисквам не произлизат от процесите на краткосрочно финансиране на активи, а от самото им качество. Краткосрочното финансиране на токсични активи, смятани от инвеститорите за безрискови води до огледален ефект, въздействащ силно на пазарите. Рисковете, свързани с краткосрочното финансиране на активи, до голяма степен попадат под надзора на макропруденциалните политики, въпреки че са строго специфични за всяка една финансова институция. Поради тази причина, ако разгледаме

краткосрочното финансиране на активи от микропруденциална гледна точка, ще установим, че те се характеризират като безрискови, свърх обезпечени, преизчислявани по пазарна стойност на годишна база. От тук идват и ниските капиталови разходи – кредитният риск е в ниските си стойности.

Мониторинг над евентуални действия в посока преместването на финансови дейности извън регулаторния периметър, с цел заобикаляне на постановените изисквания. Ясно е, че макропруденциалните мерки ще се засилват с течение на времето. Това е предпоставка за създаването на непотчени практики, с основна цел заобикалянето на приетите регулаторни изисквания. Чувствителното повишение на капиталовите изисквания, наред с другите нормативни постановления, приети от Базел, увеличава вероятността дадени финансови институции да търсят възможности за регулаторен арбитраж [8].

В краткосрочен аспект, този сценарий изглежда трудно постижим, поради факта, че големите търговски банки доминират на кредитния пазар. Все пак, не е изключено финансови институции, които за момента не са обект на строго регулиране да търсят варианти да заобикалят евентуални бъдещи мерки. Това най-вероятно може да се очаква под формата на отделни финансови трансакции, а не с преориентиране на цялата дейност на дадена компания.

Да се установи затегнат контрол върху лимитите на кредитните експозиции към единични контрагенти. Важно е да се уточни същественото значение на това да бъдат добавени изключения за единични контрагенти, притежаващи силно ликвиден капитал над предварително определени граници за качество подобно на регламентирания в LCR<sup>4</sup>[3]. Така би се премахнало ограничението на финансовите институции, притежаващи капитал от високо качество, както и при навлизането им на чужди пазари, защото действащите регулаторни рамки ще бъдат синхронизирани.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Като възлов пункт, който трябва да бъде съблюдаван от отделните банкови институции може да се отбележи дейността на риск мениджмънта, който в по-голямата част от случаите може да предизвика, както високи печалби, така и загуби. Поради тази причина, важно е целите на риск мениджмънта да се синхронизират, с рисковия толеранс на институцията и бизнес профила и стратегията ѝ.

Бизнес стратегията трябва да бъде добре подплатена с ефективни рискови позиции, които периодично да стават обект на изследвания, в условията на различни променливи[4].

Генерирането на риск в големите финансови институции, без значение от тяхното разположение трябва да бъде приемано за глобална заплаха, поради взаимосвързаността на системата. Изгубването на този фокус може да доведе до поемането на експозиции с по-висок рисков профил, което би застрашило не само конкретната институция, но и цялата система. Поради тази причина, често решенията на риск мениджмънта в дадена възлова финансова институция, се оказват предпоставки за възникването на систематичен риск. За да се минимизира рискът, който бива поеман от отделните институции, позициите често се хеджират с деривативни трансакции под формата на CDS например. Това обаче в голям брой от случаите довежда до нестабилност в капиталовите изисквания, резултатите от стрес тестовите или други инструменти на риск мениджмънта.

---

<sup>4</sup>LCR (Liquidity Coverage Ratio) – коефициент, показващ степента на ликвидно обезпечение за компанията

**ЛИТЕРАТУРА/ САЙТОГРАФИЯ**

- [1] Наредба №8, БНБ
- [2] Angelov Ts., "Banking Crisis and the Wind of Change", September 2013
- [3] Polk D., "A Comparative Assessment: The U.S. Bank Holding Company Structure, the Volcker Rule, UK Banking Reform (Vickers) and the Liikanen Proposal", November 2012
- [4] Барбалов К., „Ликвиден риск в банковата дейност: измерване и управление“
- [5] Мирчев Л. „Инструменти за ранна намеса и преструктуриране на проблемни банки“, Септември 2013г.
- [6] [http://www.hks.harvard.edu/m-rcbg/rpp/Greenlaw\\_Kashyap\\_Schoenholtz\\_Shin.pdf](http://www.hks.harvard.edu/m-rcbg/rpp/Greenlaw_Kashyap_Schoenholtz_Shin.pdf)
- [7] <http://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2010/html/sp100503.en.html>
- [8] <https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2010/html/sp101020.en.html>

**За контакти:**

Виктор Тачев, специалност „Международни икономически отношения“, IV курс,  
ФБМ, катедра „Икономика“, РУ „Ангел Кънчев“, e-mail: [viktortachev@gmail.com](mailto:viktortachev@gmail.com)

**Докладът е рецензиран.**

## Волатилност на пазарните индекси

Автори: Виктор Йорданов Тачев, Калоян Огнянов Богданов  
Научен ръководител: гл.ас Анелия Любенова

**International system for market indices:** *Markets are places where different expectations collide and form a concrete trend. Markets are vulnerable to different events, such as the "black swans". Beating the markets is described as a "mission impossible". That is why, all the investors or speculative traders just try to go with the market and to guess its trend. Making it possible is closely connected with the market indices information.*

**Key words:** *Markets, Market indices, Speculative trading, Black Swans, Volatility, Financial Crisis, CFD*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Финансовият сектор през последните десетилетия отбелязва темпове на развитие, рядко срещани в цялостния икономически цикъл. Единствено секторът на информационните технологии може да бъде окачествен като по-иновативен. Финансовият, сам по себе си, определено може да бъде определен като динамичен, търпящ промени и силно диверсифициран. Това непрекъснато изменение води със себе си, както позитиви, така и негативи. Темата за различните проявления на финансовите иновации е широкообхватна и силно разпространена в последните години. Тя обаче донесе един сериозен и дълготраен негатив, който нанесе сериозно щети върху цялостната икономическа система, а именно – Световната финансова криза. Това събитие и последствията от него бяха категоризирани като финансов крах, чрез помощта на важни индикатори като пазарните индекси. Тяхното стремглаво движение и строгите стойности отчетени като „мечи“<sup>5</sup> пазар обрисоваха точната пазарна ситуация по това време.

Пазарните индекси са основна категория, служеща като маркер за представянето на отделни икономически сектори, държавни икономики и глобални тенденции. Те служат като основен стълб при вземането на решения от анализатори и инвеститори. На базата на търсенето и предлагането на инструментите, включени в пазарните индекси се определя и съответната им цена.[1]

Всеки работен ден, фондовите борси изчисляват индекси за движението на курсовете, които дават представа за моментното състояние на пазара. Освен от борсите, индекси се изчисляват от някои агенции, финансови къщи и специализирани финансови издания. Една от компаниите, създава едни от най-възловите пазарни индекси е Standard&Poor's. Те определят редица решения свързани с кредитната, валутната и лихвената политика.

Целта на доклада е, чрез обстоен анализ на типовете пазарни индекси, начина им на формиране и волатилността през отделните времеви периоди, да се предостави ясна характеристика на тяхното влияние върху отделните пазарни субекти. За постигане на целта ще се анализират и примери за неочаквани събития, оказващи силно влияние върху движението на отделните индекси.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

#### 1. Спецификация на пазарните индекси.

В глобален мащаб има наличие на редица пазарни индекси. Всяка фондова борса представя свой собствен индекс, често сформирани от индикаторите на моментното представяне на търгуваните на нея финансови инструменти. Самите индекси отразяват борсовите котировки и зависят от събитията в реалната икономика, както и от някои събития с неикономически характер. От изключителна важност е да

<sup>5</sup> Мечи пазар – движение на пазарните трендове в посока увеличение на стойностите.

се отбележи и зависимостта на индексите от различните събития, изказвания, действия и бездействия в икономическия свят.

Формирането на индексите се осъществява на базата на относително тегло, с което отделните акции участват в измерването на борсовото развитие. Техниката на определянето на теглото на отделните единици в извадката може да изразява различни неща като брой на акции, които се включват в индекса, сравнителните им тегла, метод за намиране на средна стойност на всички акции в индекса и др. Типизирането на пазарните индекси може да бъде осъществено в няколко различни насоки, а именно:

- Индекси, формиращи се на база на цените на включените в тях активи. При тях се изчислява средноаритметичната им стойност. Промяната в цените на активите е в силна корелация с общата стойност на индекса.

- Индекси, формиращи се в зависимост от пазарната капитализация на компаниите. При по-високи нива на борсовата капитализация на един дял, пропорционално се увеличава и нейното тегло в индекса. Стойността на този тип индекси се определя чрез намиране на пазарната стойност на всички акции, включени в него.

- Индекси, в които различните активи са включени с еднакво тегло, независимо от стойността им. При тях всички акции носят едно и също тегло. Използват се от инвеститори, които предпочитат да избират случайни компании и да инвестират в тях равни по размер суми. Този тип индекси не се характеризира с особена точност и популярност.

- Други - можем да посочим и типове индекси, включващи дадени ценни книжа в определена страна или индекси, сравняващи компании от различни държави, опериращи в една и съща индустрия. С оглед на бързите темпове на развитие на глобалната икономика, сформиранието на така наречените "Emerging Markets"<sup>6</sup> често срещано е явлението на обособяване на нови пазарни индекси, даващи ни различни индикации. При всички тях, обаче действат сравнително идентични закономерности.

Важно е да се отбележи, че всички индекси подлежат на постоянно преизчисление при различни събития като например включване/изключване на компании, делене на акции и др.

## 2. Формиране на стойностите на пазарните индекси.

Редица индекси като S&P например, се изчисляват по строго определена методология. Според нея, стойностите на средно претеглената пазарна капитализация на всяка една от включените компании се намира чрез формулата:

$$\text{Пазарна капитализация} = \frac{\text{Брой емитирани акции}}{\text{Цена на една акция}}$$

Индексът се сформира, след като се изчислят и съберат стойностите за всяка една компания. В зависимост от това, всяка компания получава различни тегла. Те се изчисляват чрез:

$$\text{Тегло в пазарния индекс} = \frac{\text{Пазарна капитализация на компанията}}{\text{Пазарна капитализация на S\&P 500}}$$

По този начин се достига до зависимостта, че колкото по-голямо тегло в пазарния индекс има една компания, толкова по-голямо влияние върху стойността му би оказала промяната в представянето ѝ.[2]

В зависимост от пазарната капитализация на компаниите, те се делят основно на:

- Large Cap компании – характеризират се с висока пазарна капитализация от над \$10 млрд.

- Mid Cap компании – пазарна капитализация в рамките на \$2-\$10 млрд.

<sup>6</sup> Emerging markets – бързо развиващи се пазари, намиращи се предимно в Азия – Сингапур, Малайзия и др.

- Small Cap компании – стойности на пазарната капитализация под \$2 млрд. [3]

*3. Влияние на пазарните индекси върху икономическия цикъл и отделните пазарни субекти.*

Съвременната икономическа теория приема за важно една развиваща се държава да има фондова борса. Това е признак за пазарна ориентираност и финансова култура. Пазарните индекси обаче, както в национален, така и в глобален аспект оказват влияние върху движението на огромни маси парични потоци. Те са отправна точка за всеки инвеститор, желаещ да насочи средства в даден сектор или да потреби даден финансов инструмент с цел добиване на доходност.

Силно развития финансов сектор позволява на инвеститорите да се ползват с широки възможности и да потребяват иновативни продукти, непознати през изминалите десетилетия. Така например, пазарните индекси, не само служат като отправна точка, пазарен индикатор и системен информатор, а стават обект и на търгуване. Съвременния финансов инженеринг съставя инструменти като CFD<sup>7</sup> (договор за разлика върху индекс) и др., позволяващи търгуването с реално непритежавани активи.[4]

Финансовите индекси насочват вниманието на анализаторите върху отделни аспекти от икономическия цикъл като по този начин стават причина за вземане на обосновани решения.

*4. Пазарните индекси през различните периоди.*

Редно е да се отбележи, че финансовите индекси следва да се разглеждат като отражение на икономическата обстановка. Така те служат като отправна точка в решения, както на национални, така и на глобални равнища.

Когато в началото на финансовата криза все още не бяха ясни нейните размери, пазарите не изпитваха особено сътресение като по този начин даваха грешни сигнали на отговорните за действията. Решенията, които бяха обект на дискусия се дирижираха от движението на критично важни индекси като S&P и Dow Jones. Изпълняващият длъжността управител на Федералният резерв на САЩ по това време – Ханк Полсен, заедно с екипът си обмисля различни планове за действие, които имат за цел да спасят глобалната икономика. Те трябва да бъдат взети в изключително кратки срокове като в същото време носят в себе си съдбоносни последици.[5]

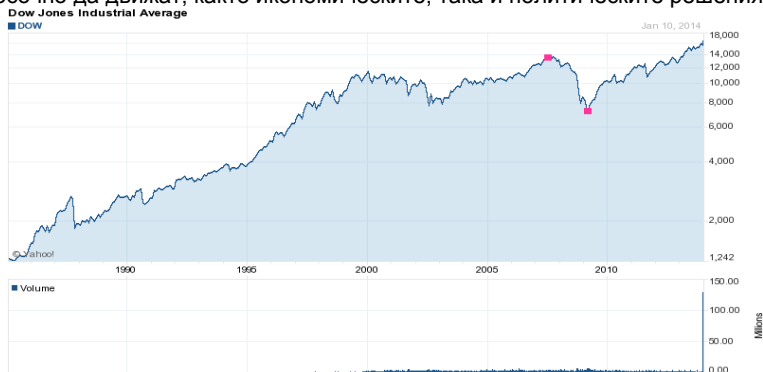
Корелация между пазарните индекси и различните икономически и неикономически събития съществува. Те реагират по различен начин при ситуации, които биха оказали влияние върху икономиката, както на микро, така и на макро равнище. Така например, през април 2013г. се стигна до ситуация, в която след хакерска намеса пазарните системи засякоха невярно твърдение, публикувано в Twitter акаунта на Асошиейтед Прес, оповестяващо, че Белият дом е станал обект на терористична атака, а президентът е сериозно ранен. Това, само по себе си не бе истина, но доведе до мигновена реакция и срив в пазарите. Индексите отчетоха стремглав спад в стойностите. Скоро след хакерската атака, пазарните показатели възвърнаха нормалните си нива. Негативният ефект обаче вече бе дал отражение и в рамките на няколко минути се отчете загуба за около \$136 милиарда. Тази ситуация ясно визуализира податливостта на пазарите към различни събития, както и мигновеното им отражение. Смяната на Бен Бернарке с Джанет Йелън на чело на

<sup>7</sup> CFD (Contract for Differences) – Договорът за разлика е финансов инструмент, предоставящ възможността да се търгува (най-често спекулира) със стойностите на индекси и др. инструменти. CFD върху индекс е предпочитан инструмент, поради минимизирането на риска, който се предава върху целия пазар, а не само върху една компания.

Федералния резерв на САЩ, терористичните атаки, мащабните сделки на "Facebook" и "Google", експанзионистичната или рестриктивна икономическа политика, както и редица други са все фактори, оказващи влияние на движението на индексите нива.

Финансовите анализатори установяват различните зависимости, според които успяват до известна степен да предвиждат пазарите и техните тенденции. На микро равнище – откриването на нов завод, съкращаването на персонал, промяна в мениджмънта, вкарването в употреба на нов продукт, излизането на нови пазари и редица други фактори, които в зависимост от размера на компанията, в която се осъществяват, водят до промяна в цената на нейните акции, респективно – представянето ѝ в индекса, както и цялостното му равнище.

Това ясно показва как движението на индикатори като пазарните индекси могат еднопосочно да движат, както икономическите, така и политическите решения.



Както личи от следната графика, нивата на Dow Jones в началните периоди на финансовата криза ясно показват бъдещите последици. Само в рамките на ден, индексът се срива с близо 300 базисни точки, което кара Ханк Полсен да промени решението си за изнасяне на пазара за търгуване на дългови инструменти с по-лошо качество. В последствие, както стана ясно, се взема решение за поддържане на икономическата стабилност, до колкото е възможно чрез количествени улеснения. Така, в един по-дългосрочен период се стига до това, водещ индекс като Dow Jones да достигне върхови стойности, непознати до този момент. От тук веднага може да се направи извод, че пазарите реагират благоприятно на наливането на ликвидност в системата.[6]

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За да се поставят някакви граници, в които би се движила икономиката през даден период, водещите финансови институции правят свои прогнози. Много често обаче, при наличие на непредвидени събития (черни лебеди<sup>8</sup>) се стига до там, че тези прогнози подвеждат инвеститорите. Те от своя страна използват технически<sup>9</sup> и фундаментален<sup>10</sup> анализ, чрез който да достигат до възможно по-точни прогнози, които да са отправни точки за техните решения. Анализаторите предвиждат и основни събития, свързани пряко или косвено с икономиката, които се очаква да се случат. Тази стъпка е важна, защото, както вече отбелязах, пазарите са силно зависими от

<sup>8</sup> Черен лебед – термин, използван за характеризирание на непредвидени събития, често имащи негативен ефект. Черните лебеди са обект на изследване от статистици, както и важна част от риск мениджмънта.

<sup>9</sup> Технически анализ – анализ, при който се използват пазарните тенденции и се разчита основно на графичните показатели от миналите периоди.

<sup>10</sup> Фундаментален анализ – анализ, при който се използват числови стойности и показатели.

тях. Така може да се даде частична представа как биха реагирали те през дадения период.

За 2014г., очакванията за глобалната икономика са тя да продължи плавния си темп на растеж като според водещите експерти на JP Morgan, BOA, Goldman Sachs и Nomura, стойностите ще варират между 2,6 и 3,4%.

Водещият пазарен индекс – Dow Jones Industrial Average (DJIA) се предвижда да достигне стойности от близо 17100 според анализаторите на Citi. Към 15.01.2014г., стойността му е 16373,86. Азиатската икономика от своя страна е на другата крайност – индексите търпят спадове в граници между 0,5% и 2% за различните такива. Тяхното представяне през настоящата година зависи главно от действията на централните банки за борба с дефлацията и равнищата на експорта. Очакванията за движението на индекса S&P 500 са строго свързани с тезата, че той би достигнал нови върхове стойности сред продължителен растеж. Прогнозните стойности са, както следва: [7]

Според експерти от:	Очаквана стойност на S&P 500 през 2014г.:
<b>Morgan Stanley</b>	1840
<b>Deutsche Bank</b>	1850
<b>Citi</b>	1900
<b>Goldman Sachs</b>	1900
<b>RBC</b>	1950
<b>Credit Suisse</b>	1900
<b>Societe Generale</b>	1600

Важно е да отбележим, че към 15.01.2014г., S&P 500 е със стойност от 1838,88. Както ясно личи от таблицата, мненията на експертите са сравнително идентични, но има и такива, които виждат и по-песимистични стойности на индекса. Това ясно показва множеството съществуващи теории за тълкуването на пазарите. За разлика от чистата икономическа теория, тук строго определени постулати липсват. Пазарите се динамизират, а с това и разбиранията за тях.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] <http://www.investopedia.com/articles/analyst/102501.asp>
- [2] <http://www.spindices.com/documents/index-policies/methodology-index-math.pdf>
- [3] <http://www.investopedia.com/terms/m/marketcapitalization.asp>
- [4] <http://www.cityindex.co.uk/cfd-trading/what-is-cfd-trading.aspx>
- [5] Ferguson, C. "Inside Job", Representational Pictures INC, USA, 2010.
- [6] Klingelhofer, J. "Quantitative easing's elusive targets", Thornbug Investment Management report, 2014, pages 2-3.
- [7] <http://www.businessinsider.in/UBS-Is-Betting-2014-Will-Be-Another-Awesome-Year-For-Stocks/articleshow/25603137.cms>

### За контакти:

Виктор Тачев, специалност „Международни икономически отношения“, IV курс, факултет „Бизнес и Мениджмънт“, катедра „Икономика“, Русенски университет „Ангел Кънчев“, e-mail: [viktortachev@gmail.com](mailto:viktortachev@gmail.com)

Калоян Богданов, специалност „Международни икономически отношения“, IV курс, факултет „Бизнес и Мениджмънт“, катедра „Икономика“, Русенски университет „Ангел Кънчев“, e-mail: [kaloyan\\_bogdanov@abv.bg](mailto:kaloyan_bogdanov@abv.bg)

**Докладът е рецензиран.**



## Игри и икономическо планиране

Автор: Георги Георгиев

Научен ръководител: Доц. д-р. Свилена Рускова

**Games and economic planning:** *The paper justifies the necessity to introduce game theory in economic modeling and analysis. Game theory is a study of strategic decision making. In the view point of Roger Myerson game theory can be defined as "It is exactly the study of mathematical models of conflict and cooperation between intelligent rational decision-makers" [1]. According to Wikipedia "Game theory is mainly used in political science, psychology, military operations, economic and others" [2]. The aim of this paper is to combine a specific concept from decision theory (game theory), called minimax with a particular problem in economic modeling.*

**Key words:** *game theory, decision making, conflict, cooperation, economic modeling, minimax.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Най-общо теория на игрите е клон от приложната математика, който изучава стратегическите математически модели и вземането на решения в конфликтни ситуации. Това налага и прякото използване на математическия апарат на тази теория в икономиката и мениджмънта, тъй като е свързана с различни стратегически планове. Необходимостта от прилагане на стратегии се налага поради динамично променящата се външна среда и непрекъснатото увеличаване размера на организациите, което от своя страна изисква вземане на оптимално решение от дадена бизнес организация, за да може да максимизира резултата при постигането на крайната си цел. Съществуват различни и многообразни начини за разработване на стратегически планове, като SWOT-анализ и използването на съответната SWOT матрица, портфейлният стратегически модел, конкурентен модел или стратегическият модел за оценяване на Майкал Ханън и Джон Фрийман. В този доклад се разглежда най-общо теория на игрите и възможността за стратегическо планиране чрез минимаксната процедура.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Както вече беше споменато в увода, теория на игрите изучава модели при вземането на решения в конфликтни ситуации. Според О. А. Волгина и Н. Ю. Голодная – „като конфликтна ситуация може да приемем ситуация, при която има две враждуващи страни с противоположни цели“ [3]. Освен това резултатът от всяко действие на едната страна зависи от начина на действие на противоположната страна. Примерите са многобройни, класическият пример е в областта на военните действия. Редица ситуации в областта на икономиката са също конфликтни, при които икономическият субект се опитва да максимизира възнаграждението си.

Теорията на игрите позволява на мениджърите да вземат стратегически решения в условията на непълна яснота. Множество въпроси, свързани с определяне или коригиране на цени, използване на атакуващи конкуренти стратегии, задачи за разпределение на производствени мощности, рентабилно производство и много други могат да се анализират посредством теорията на игрите. Дори да остане само като теоретично решение на дадена задача един проигран вариант ни дава богата гама от информация, която може да ни е полезна в дадена реална ситуация, тъй като ще имаме решение на задача, свързана поне с част от факторите, които оказват влияние върху дадената ситуация, за която тези фактори са от значение.

Тук ще използвам подход по Явор Янкулов – „От съществена важност са правилата на играта, които могат да се обобщят в 5 направления. Към тях се включват:

- постановка на стратегическата задача,
- определяне кръга на играчите,
- определяне на стратегическите цели на всеки от играчите,
- прогнозиране на действията на играчите;
- определяне на структурата на стратегическата игра” [4].

Тази декомпозиция се извършва, за да се намали в максимална степен възможната за грешка при прогнозиране на поведението на другите играчи. Постановката на стратегическата задача е свързана с това към какво трябва да се насочи бизнес организацията – ценови промени, агресивна политика към други компании и подобни. Отново според Явор Янкулов – „Определяйки кръга на играчите, определяме с кого се „сражаваме”, но често пъти дадената бизнес организация не се „сражава” само с конкурентите, защото на практика рядко има незасегнати пазарни агенти” [5].

При определяне на стратегическите цели на всеки от играчите се приема, че целите са рационални. Като такава цел най-често се приема максимизацията на печалбата. Отново според подход на Явор Янкулов – „в краткосрочен план някои от играчите се влияят от емоционални мотиви” [6]. При предпоследния етап – прогнозирането на действията на всеки от играчите, трябва да бъдат проучени максимално добре, като това включва не само икономически аспект, а максимално широк обхват (т.е. отчитане на възможно най-голям брой от въздействащите фактори). Грешно би било, ако смятаме, че другите играчи ще постъпят по същия начин като нас, независимо дали са конкуренти, дистрибутори или клиенти. Това би довело до неефективност на модела.

При определяне на структурата на стратегическата игра, трябва да се вземе под внимание начина, по който се вземат решенията – дали са едновременно, изолирано или последователно. Почти винаги играта се играе чрез последователни действия, където е нужно да се вземе под внимание дали действието е комплексно или единично.

Нека да разгледаме минимаксната процедура. Както беше споменато в доклада тя е една популярна система за победа при игра между двама играчи. Базирана е на идеята, че всеки играч играе най-добре. От съществено значение е оценката на крайните състояния, но тя може да варира от елементарна както е при шаха (победа: загуба: реми = +1: -1: 0), до изключително сложна както е при военните стратегии. Според лекция на ФМИ София ключово становище в тази процедура е, „че се предполага, че двамата играчи играят с противоположни интереси, изразени в това, че единият търси стратегия, която води до получаване на позиция с максимална оценка, а другият търси стратегия, която води до получаване на позиция с минимална оценка” [7]. Като типичен пример може да се приеме играта на морски шах.

Като пример тук може да бъде представена следната задача от чисто практическа гледи точка. Тя е изцяло ориентирана в икономически план. Нужно е да се отбележи, че при съставяне на математическия модел преди всичко трябва добре да се осъзнае словесната формулировка на задачата, колкото и опростена да е тя. Също така важно значение има удобният избор на променливите. Често в практиката се среща за една и съща задача да се съставят различни, в определена степен еквивалентни модели, които могат да се различават по сложност.

Напълно естествено е подобно стратегическо планиране да се използва не само в област, когато имаме две фирми, които се конкурират помежду си, а и при избор на дадена фирма в кое изделие трябва да инвестира, за максимизиране на резултата.

Нека формулировката на задачата да е следната:

*„Предприятието „А” произвежда определен продукт, а предприятие „В” организира неговото изкупуване и продажба. При производството, както всяко*

нормално предприятие, предприятието „А“ допуска дефекти. Нека с „р“ да се означава относителната честота, с която се произвежда бездефектен продукт. При поява на дефект предприятие „А“ плаща глоба  $\alpha$ . Себестойността на единица редовен продукт е  $u_1$ , а на единица дефектен –  $u_2$ . Предприятието „В“ извършва частичен контрол – с относителна честота  $q$  – на продукцията, която изкупува. Цените на изкупуване на редовен и дефектен продукт са съответно  $\mu_1$  и  $\mu_2$ , а цените, на които се продава единица редовен и дефектен продукт са съответно  $c_1$  и  $c_2$ . Продуктите, които не са контролирани, се изкупуват на цените на редовните. Контролът на единица продукт струва  $\beta$ . Да се определи оптималната честота на контрол при изкупуване, гарантираща максимална печалба за предприятието „В“ респективно за „А“, независимо от честотата на производство на редовни продукти от предприятието „А“ [8].

Решението се състои в образуването на платежна матрица съответно за предприятието „В“ и „А“. Платежните матрици се свързват с матричните игри, а матричните игри както вече стана ясно са игри на двама участници с противоположни интереси, всеки от които има краен брой стратегии. Двойката стратегии  $(i, j)$ , определят една партия в играта. Резултатът от партията за първия играч може да се изразява с числата  $a_{ij}$ .

В случая ще използваме предложеното решение от авторите на учебника, споменат при цитирането на литература под номер 8. Нека да образуваме платежната матрица за предприятието „В“:

A \ B		редовен	дефектен
		р	1-р
контролиран	q	$c_1 - \mu_1 - \beta$	$c_2 - \mu_2 - \beta$
неконтролиран	1-q	$c_1 - \mu_1$	$c_2 - \mu_1$

При производство само на редовни изделия средната печалба на „В“ е:  $(c_1 - \mu_1)q + (c_1 - \mu_1)(1 - q)$ , а при производство само на дефектни изделия:  $(c_2 - \mu_2 - \beta)q + (c_2 - \mu_1)(1 - q)$ . Тъй като „А“ произвежда редовни изделия с честота  $p$  и дефектни с честота  $1 - p$ , то средната печалба на „В“ е:  $\pi_B = p[(c_1 - \mu_1 - \beta)q + (c_1 - \mu_1)(1 - q)] + (1 - p)[(c_2 - \mu_2 - \beta)q + (c_2 - \mu_1)(1 - q)]$ . Изборът на честота  $q$ , гарантираща максимална печалба и при най-неблагоприятна честота на производство на дефектни изделия от „А“, се определя от решението на следната задача:  $\max(p) \min(q) \pi_B$ , при условия:  $0 \leq p \leq 1$ ;  $0 \leq q \leq 1$ .

Аналогично се изгражда и платежната матрица за предприятие „А“.

A \ B		контролиран	неконтролиран
		q	1-q
редовен	p	$\mu_1 - u_1$	$\mu_1 - u_1$
дефектен	1-p	$\mu_2 - u_2 - \alpha$	$\mu_1 - u_2$

Средната печалба на „А“ ще се изрази с функцията:

$$\pi_A = q[(\mu_1 - u_1)p + (\mu_2 - u_2 - \alpha)(1 - p)] + (1 - q)[(\mu_1 - u_1)p + (\mu_1 - u_2)(1 - p)].$$

Изборът на честота  $p$ , гарантираща максимална печалба на „А“ и при най-неблагоприятната честота на контрол при изкупуване от предприятие „В“, се определя от решението на следната задача:  $\max(p) \min(q) \pi_A$ , при условия  $0 \leq p \leq 1$ ,  $0 \leq q \leq 1$  [9].

Ако се въведат само числа вместо буквени означения, това би затруднило разбирането на схематичното обяснение въведено по-горе в платежните матрици.

Затруднението ще се усили в допълнителна степен и от това, че примера е съставен от 10 променливи. Но нека да се разгледа какво би се случило, ако заместим цифром, като основната цел в доклада е да се изчисли оптимално средната печалба. Променливите  $p$  и  $q$  е редно да бъдат в интервала между 0 и 1, тъй като представляват определени вероятностни величини. Останалите величини трябва да бъдат задължително изразени в една и съща валута. Нека  $p = 0,7$ ,  $c_1 = 20$  лв.,  $\mu_1 = 12$  лв.,  $\beta = 3$  лв.,  $q = 0,35$ ,  $c_2 = 17$  лв.,  $\mu_2 = 10$  лв.,  $u_1 = 9$  лв.,  $u_2 = 8$  лв.,  $\alpha = 1$  лв. Като заместим във формулите за  $\pi_y$  се получава 7,04лв., а за  $\pi_x = 2,99$ лв. Изчисленията са направени с научен калкулатор, модел Canon F – 766S. Както се вижда всички числови характеристики, с изключение на  $p$  и  $q$ , са в една и съща финансова единица – левове.

Както става ясно от равенствата по-горе не е нужно интересите на двете предприятия да са непременно противоречиви. Така е и най-често в реалните ситуации от производствен и друг тип, имащи подобен характер.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теория на игрите няма за цел намирането на едно единствено правилно решение. Целта е да се анализира поведението на други играчи и да се проиграт различни ситуации, със съответните варианти на поведение. Друго предимство на теория на игрите е, че може да се комбинира с други различни стратегически модели. Като пример може да се посочи, решаването на един от най-големите „главоболи“ на мениджърите, свързан с модела на Бостънската консултативна група, а именно решаването на това дали да се инвестира във въпросителните продукти. Необходимо е всяка бизнес организация да има екип от мениджъри, които да са добре запознати с математическото оптимизиране и да имат възможността да разработват различни оптимизационни стратегии относно бъдещото развитие на организацията.

### ЛИТЕРАТУРА

1. <http://www.core-solutions.com/blog/?p=319>
2. [http://en.wikipedia.org/wiki/Game\\_theory](http://en.wikipedia.org/wiki/Game_theory)
3. [http://abc.vvsu.ru/Books/u\\_lin\\_pr2/page0009.asp](http://abc.vvsu.ru/Books/u_lin_pr2/page0009.asp)
4. <http://www.e-training.bg/bgr/teoriya-na-igritye1>
5. виж 4
6. [www.arthuradams.com/index.php](http://www.arthuradams.com/index.php)
7. <http://fmi.wikidot.com/ti>
8. Иванов, Г., Кючукова, В., „Ръководство за решаване на задачи по математическо оптимизиране“, изд. „Св. Климент Охридски“, София, 1998г., стр. 263.
9. виж 8, стр. 264.

### За контакти:

Георги Георгиев, студент II курс МИО, фак. № 125186 Русенски университет „Ангел Кънчев“, e-mail: [georgeweb93@gmail.com](mailto:georgeweb93@gmail.com)

**Докладът е рецензиран.**

## Предимства и последици от урбанизацията в България

Автор: Тихомира Генкова

Научен ръководител: ас. Светослава Ениманева

*Advantages and consequences of the urbanization in Bulgaria – Urbanization is not a new phenomenon. However, it still raises interest of scientific research. The main reason is the unremitting society development that causes further change in the dimensions of the urbanization, and respectively in the circumstances and consequences related to it.*

**Key words:** urbanization, advantages, consequences.

### ВЪВЕДЕНИЕ

Под влиянието на различни фактори – икономически, социални, демографски, географски и екологични, хората се локализируют в определени териториални центрове, търсейки по-високо качество на условията на живот. Тези центрове съставляват облика на съвременните градове, с което се обяснява и произхода на понятието „урбанизация“ – латинската дума „urbs“ и прилагателното „urbane“, което в превод означава „градски“, „по градски“.

На тази основа, урбанизацията може да се дефинира като закономерен, многостранен процес на нарастване на градското население, концентрацията му в големите градове, обявяването на нови градове, присъединяване към градските селища на села като квартали, формиране на селищни агломерации, повишаване ролята и мястото на градовете в структурата на селищната мрежа, в утвърждаване на градския начин на живот в развитието на човешкото общество [2].

В допълнение, появата на нови потребности, респективно изисквания, към изграждането и организацията на жизнената среда, определя урбанизацията като едромасабно явление с нови тенденции. Това налага постоянно следене и анализиране във времеви аспект на обстоятелствата (причини и следствия), съставляващи формиращите се тенденции.

Настоящият доклад има за **цел** да представи причините и последиците от урбанизацията в България през последните десет години. **Обект** на разработката е урбанизацията в България, а **предмет** са предимствата и последиците от нея.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Сред множеството причини за нарастването на градското население се определят като най-съществени следните три: естественото възпроизводство на градското население, вътрешната миграция от селата и малките градове към големите градове и, прекрояването на границите на градовете в резултат на тяхното разрастване и включването в техните предели на намиращите се в съседство селища [1].

Различни са мотивите на хората да живеят в градовете. Някои от тях просто са родени там и за тях това е обичайният начин на живот. Други, обаче, са принудени да предприемат такава стъпка поради различни обстоятелства. Тези обстоятелства могат да бъдат разграничени в две групи – „push“ (принуда) и „pull“ (притегляне) [6].

„Push“ обстоятелствата се свързват с принуденост на хората да напускат дадено място на живеене, поради:

- липса на услуги в селището (табл.3), където живеят и/или работят (битови, образователни, здравни, юридически и други услуги);
- липса на безопасност (в смисъл на ниска степен на защита от кражба, от бедствие и др.);

- липса на бизнес възможности (в селските райони единствените възможности за бизнес са земеделие и животновъдство<sup>11</sup>);
- бедност (поради липса на заетост и други причини).

“Pull” обстоятелствата се свързват с привличането или притеглянето на хората към градовете поради:

- висока заетост;
- повече възможности за бизнес и печалба;
- голямо разнообразие от услуги, при това с по-високо качество;
- институционална осигуреност.

Изменението на населението, живеещо в градовете, най-често се характеризира чрез два международно възприети показателя – „степен на урбанизация“<sup>12</sup> и норма на нарастване на градското население<sup>13</sup> [1].

По данни на НСИ (вж. *Таблица 1*), степента на урбанизация в България през последните десет години устойчиво нараства.

Таблица 1

Население на РБългария по местоживееене за периода 2004 – 2013г.					
Година	Общо население (бр.лица)	Население в градовете (бр.лица)	Население в селата (бр.лица)	Степен на урбанизация	Норма на нарастване на градското население
2004	7 761 049	5 431 846	2 329 203	70,0%	
2005	7 718 750	5 416 564	2 302 186	70,2%	-0,28%
2006	7 679 290	5 425 332	2 253 958	70,6%	0,16%
2007	7 640 238	5 403 188	2 237 050	70,7%	-0,41%
2008	7 606 551	5 407 105	2 199 446	71,1%	0,07%
2009	7 563 710	5 401 214	2 162 496	71,4%	-0,11%
2010	7 504 868	5 375 069	2 129 799	71,6%	-0,48%
2011	7 327 224	5 324 900	2 002 324	72,7%	-0,93%
2012	7 284 552	5 307 868	1 976 684	72,9%	-0,32%
2013	7 245 677	5 291 675	1 954 002	73,0%	-0,30%

Източник: НСИ

Видно от данните по-горе, степента на урбанизация не се повлиява отрицателно от намаляването на населението на страната като цяло, което се свързва с демографския и икономическите проблеми в национален мащаб, както и с приемането на България в Европейския съюз и произтичащата от това свобода на движение на хората в неговия териториален обхват.

По данни на Организацията на обединените нации през 2025 г. относителният дял на населението в България, живеещо в градовете се очаква да достигне 79.5%, а през 2050 г. – 85.2%, когато се прогнозира едва 805 хил.души да живеят в селата [5]. Тази прогноза за степента на урбанизация създава основа за детайлно обмисляне на последиците от нея, които могат да бъдат разграничени, в най-общ план, на положителни и негативни.

Като негативни последици от урбанизацията могат да се изтъкнат:

<sup>11</sup> Дори свързаните със земеделието и животновъдството дейности, като търговия и обслужване на селскостопански машини, продажба на торове и други, са съсредоточени в градовете.

<sup>12</sup> Относителен показател, измерващ дела от цялото население на страната, живеещо в градовете

<sup>13</sup> Относителен показател, измерващ ежегодното процентно увеличение на градското население

- териториалните диспропорции;
- отнемането на ценни земеделски земи и земи от горския фонд за строително усвояване;
- замърсяването на въздуха вследствие на повишения трафик, както и на водите и почвите (включително от индустрията);
- прекомерният разход на ресурси (природни, финансови) за обслужването на нарастващите градове (за почистване, озеленяване, благоустрояване и други потребности);
- увеличаването на престъпността и бедността (образуване на гета);
- инфлация.

Негативните последици имат своето логично обяснение. С разрастването на градовете възниква необходимостта от придвижване от едно място до друго в тях. Разстоянията стават все по-големи и хората използват своите автомобили, за да стигнат до работното място, да откарат децата си на училище или да задоволят друга своя потребност. Но съвкупното използване на моторни превозни средства води до високи нива на градския трафик, оттук до големи разходи на гориво и замърсяване на въздуха с вредни емисии. От тази гледна точка, разрастващото се градско население налага потребността от устойчив транспорт.

В допълнение, увеличаването на населението в градовете води и до увеличаване на необходимостта от жилищна инфраструктура (табл.4), а оттук и до застрояване на нови терени. По този начин се явява риск от ограничаване на градските зелени площи, като паркове и градини, които предоставят възможност за почивка и отдиш и пречистване на въздуха, а още по-съществено, и на разположените в близост земеделски площи, от които се изхранва населението.

В гъсто населените територии се наблюдава и недостиг на ресурсите, необходими за осигуряване на нормален живот на един човек от населението. Конкуренцията за придобиването на тези ресурси увеличава тяхната цена. По тази причина животът в градовете е по-скъп. Хората мигрират към градовете, за да търсят по-добри възможности за реализация, но не преценяват факта, че не притежават необходимите качества, за да се впишат в градския начин на живот. В следствие на това се формира основният икономически проблем на урбанизацията – безработицата, който води след себе си други сериозни последствия. Голяма част от безработните в градовете не притежават необходимата квалификация, която изискват работодателите в градовете. Тези хора в следствие излизат от пазара на труда и започват да живеят в бедност и социална изолация. Така се образуват т.н. гета. В България няколко градски квартали в три от най-големите градове са се превърнали в нарицателни за гета – Факултета (София), Столипиново (Пловдив), Селеметя (Русе) и други. В тези квартали най-често живеят лица, които не са успели да преодолеят несъответствията между селата и градовете. Те формират и точки на по-висока престъпност и ниска инфраструктурна осигуреност.

С влошаването на социално-икономическите условия в градовете се увеличава бедността и престъпността. Статистическите данни за България показват, че 78,5% от престъпленията са извършени в градовете [3].

Въпреки многото негативи, породени от процеса на урбанизацията, не може да се отсъди със сигурност, че тя е явление с категоричен отрицателен ефект за развитието на обществото поради ред положителни последици:

- създава условия за развитието на социалната и техническата инфраструктура (в т.ч. подобряване качеството на услугите, които се предлагат в градовете – по-добро здравно обслужване, по-добро

образование, по-добро електрооснабдяване, пречиствателни станции, по-мощни културни събития и т.н.);

- създава устройствени възможности за развитие на отдиха и туризма при спазване на регулаторните режими за опазването им;
- предполага реализация на поземления фонд, общинска собственост, съобразно обществен интерес;
- предоставя по-големи възможности за трудова заетост (*табл. 2*) и бизнес инициативи, респективно за генериране на по-високи доходи;
- административно обслужване<sup>14</sup>.

В урбанизирани територии съществуват по-големи възможности за реализация и развитие на обществото, отколкото в селата. Градовете са основна събирателна точка на културата, образованието, науката и технологиите. Например, големите културни събития се организират в градовете – „Мартенски музикални дни“ (Русе), „Spirit of Bourgas“ (Бургас), Национален фестивал на етносите „България за всички“ (Варна), „Банско джаз фест“ (Банско), Национален тракийски събор „Богородична стъпка“ (Стара Загора) и други.

Висшите училища в България са 53 на брой и всички са ситириани в градовете. Като най-много на брой са в столицата – 24 [4], в т.ч. Българска академия на науките. От тази позиция е логично да се заключи, че градовете се явяват територия за инициране и провеждане на проучвания, изследвания, разработване на нови технологии, т.е. двигател на техническия прогрес.

В градовете коефициентът на безработица, по данни на НСИ за 2012 г., е 11%, докато в селата е 16,9%. Заетите лица са 2 320,6 хил. души, което е 79% от заетите лица в страната [4].

Таблица 2

Заети лица, хил. души				
Година	Общо	В градовете	В селата	Дял на заетите лица в градовете
2008	3 360,7	2 591,0	769,7	77,1%
2009	3 253,6	2 526,1	727,5	77,6%
2010	3 052,8	2 390,8	662,0	78,3%
2011	2 965,2	2 338,0	627,2	78,8%
2012	2 934,0	2 320,6	613,4	79,1%

Източник: НСИ

Таблица 3

Жилищни условия на населението през 2008 г. (в %)			
Жилищни условия	Общо	В градовете	В селата
Водопровод	97,8	99,0	95,1
Канализация	76,6	93,4	39,0
Електричество	99,7	99,6	99,9
Централно парно отопление	17,8	25,5	0,3
Баня	77,9	92,2	45,6
Тоалетна	85,8	93,6	68,3

Източник: НСИ

<sup>14</sup> Териториалните поделения на институциите са локализиранни в градовете, с превес дори на тези от тях, които се явяват общински центрове.



Таблица 4

Живородени по местоживее на майката (в брой и в %)				
година	общо	в градовете	в селата	дъл на живородените в градовете
2008	77 712	58 367	19 345	75%
2009	80 956	60 664	20 292	75%
2010	75 513	57 077	18 436	76%
2011	70 846	53 396	17 450	75%
2012	69 121	51 658	17 463	74%

Източник: НСИ

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Статистическите данни сочат трайна тенденция на увеличаване на градското население. Видоизменящите се потребности в хода на развитие на обществото и технологиите обуславят разнообразието от обстоятелствата (причини и следствия), относими към процеса на урбанизация. Прилагането на концепцията за устойчиво развитие на градовете и утвърждаването им като енергийно-ефективни, екологично-ориентирани и високопродуктивни системи, налага необходимостта от непрекъснато изследване на тези обстоятелства с оглед по-ефективното използване на ресурси и своевременно предотвратяване на потенциални негативни събития чрез генериране на адекватни и бързоадаптивни устройствени, инфраструктурни и бизнес решения.

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Докова, С. *Геоикономика и геополитика. Лекционен курс*. Издателство „Тракия-М“, София, 2007.
- [2] Младенов, Ч., Димитров, Е. *Същност и изяви на съвременния урбанизационен процес в света*. Географски справочник, бр.5/ 2010, Географски институт на БАН (<http://www.prokarstterra.bas.bg/geo21/2010/5/34-43.pdf>, посетен на 19.04.2014 г.)
- [3] *Стратегия за превенция на престъпността (2012 – 2020)*. Министерство на вътрешните работи ([https://www.mvr.bg/NR/rdonlyres/1C7B7405-535B-4017-913F-CE5959DC0DDD/0/Strategy\\_prevention\\_2012\\_2020.pdf](https://www.mvr.bg/NR/rdonlyres/1C7B7405-535B-4017-913F-CE5959DC0DDD/0/Strategy_prevention_2012_2020.pdf), посетен на 24.04.2014 г.)
- [4] Национален статистически институт. *Статистически годишник за 2013 г.* ([http://statlib.nsi.bg:8181/FullT/FulltOpen/SRB\\_BG\\_7\\_2012\\_2013.pdf](http://statlib.nsi.bg:8181/FullT/FulltOpen/SRB_BG_7_2012_2013.pdf), посетен на 27.04.14 г.)
- [5] *Urban and Rural Areas 2011*. United Nations, Department of Economics and Social Affairs, Population Division (<http://esa.un.org/unpd/wup/Wallcharts/urban-rural-areas.pdf>, посетен на 08.04.14 г.)
- [6] *Migration trend*. BBC, GCSG Bitesize ([http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebitesize/geography/migration/migration\\_trends\\_rev2.shtml](http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebitesize/geography/migration/migration_trends_rev2.shtml), посетен на 12.04.14 г.)

### За контакти:

Тихомира Генкова, специалност „Публична администрация“, Русенски университет „Ангел Кънчев“, e-mail: [tihomira.genkova@abv.bg](mailto:tihomira.genkova@abv.bg)

Докладът е рецензиран.

## Възможности за развитие на селския туризъм в България чрез средствата на Програмата за развитие на селските райони

Автор: Ростислава Пенева  
Научен ръководител: Гл. ас. Даниела Йорданова

*Opportunities for rural tourism development in Bulgaria through the funding opportunities provided by Rural Development Programme: The paper analyses the funding opportunities provided by Rural Development Programme in Bulgaria during two planning periods of European Union with focus on encouragement of rural tourism as a precondition for local economic development in rural municipalities. A comparison between both periods' priorities and planned measures is implemented. Some proposition for improvement of programme management are presented.*

**Key words:** Rural tourism, European funding, Rural Development programme

### ВЪВЕДЕНИЕ

България разполага с богати природни, исторически и културни ресурси с регионална, европейска и световна значимост. Това превръща туризма в една от основните предпоставки за развитието на регионите и дефинирането му, като един от основните приоритети за развитието на икономиката на страната. Естествено би било, да бъдат насърчавани, не само от националното законодателство и държавната политика, а да се търсят средства и способи за развитие от фондове на ЕС.

Морският и планинският туризъм са добре развити в България. Съществуват и регионални забележителности, към които се регистрира висок туристически интерес. Сравнително слабо развит остава селският туризъм, който би могъл да се разглежда, като основна предпоставка и възможност за развитието на местните икономики, като фактор за създаване на заетост и привличане на интерес към общината. В този контекст изключително важно е да се оценят възможностите за насърчаване и развитие на туризма в селските райони, който се създават чрез Програмата за развитие на селските райони (ПРСР), като елемент на общата селскостопанска политика финансиране на ЕС от Европейски фонд за гарантиране на земеделието.

**Целта** на настоящата разработка е да се анализират и съпоставят възможностите за развитие на селския туризъм в България, които предоставят ПРСР за двата програмни периода.

В разработката са поставени следните **задачи**:

- Да се изясни същността на селския туризъм;
- Да се анализира необходимостта от насърчаване за развитието на селския туризъм и да се идентифицират възможностите за финансова подкрепа в тази насока, която предоставя ПРСР;
- Да се анализират насоките за развитието на селския туризъм, който ще предостави ПРСР през четвърти програмен период 2014-2020г. ;

**Обект** на изследването в настоящата разработка ще бъде селския туризъм в България, като специфичен вид алтернативен туризъм, предлагащ на посетителите да се запознаят с типичната, за съответния регион селска среда, като се използват природни и антропогенни ресурси.

**Предмет** на изследването са възможностите предоставени от ЕС за развитие на селския туризъм в България.

## ИЗЛОЖЕНИЕ

Според националната дефиниция, приета в Програмата за развитие на селските райони (2007-2013 г.), 231 от общините са селски и съставляват 87,5% от общия брой български общини. Селските райони обхващат територия от 90 481 км<sup>2</sup> (81,4% от територията на страната) [10].

Селските райони в България се характеризират с изостаналост в икономическо, социално и културно отношение, населението е застаряващо, стандартът на живот е нисък, влошена е инфраструктурата. Туризмът в България се характеризира с много висок темп на развитие през последните 20 години, в резултат на което се наблюдава урбанизиране и пренасищане в туристическите курорти. Тази тенденция води до търсене на нови възможности. Според Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ) интересът към селските области се е засилил. [6] Селските райони на страната ни надвишават 70 % от територията на България, а селските райони на Европа са над 80% от нейната територия, ето защо ЕС отделя най-много средства за този сектор. [7]

Характеристика на селския туризъм в България:

Селският туризъм е подотрасъл на туризма и е вид алтернативен туризъм с основен мотив - пребиваване в селска среда с цел почивка. [5] Това е туризъм, извън урбанизираните райони и традиционно големи туристически центрове, осъществяван чрез настаняване в неспециализирана база, при която туристическото обслужване е допълнителна трудова дейност, а не основен източник на доходи. [4]

Световната туристическа организация (СТО) оценява годишния растеж на селския туризъм около 6%, в сравнение с 2% ръст на туризма като цяло. [6] През последните години се очертава трайна тенденция към все по-устойчиво развитие на тази алтернативна форма. Опитът на българския селски туризъм е все още ограничен. В отсъствие на координирана политика и промоция на този вид туризъм, повечето дейности и продукти остават относително непознати и получават слаба подкрепа от местната и централната власт. [6]

Селският туризъм се характеризира с престой в селска среда (къща, хотел или друга настанителна база), като основното е туристът да се докосне до живота на местните. В полупланинските и селските райони са се обособили етнографски области със свой бит и традиции, с характерен стил в местните занаяти. [5] В управлението на селския туризъм участват местното население, институционалните органи на местно и регионално равнище и туристическите фирми и организации. Субекти на управление са - общините и местните съвети по туризъм, неправителствени организации (БААТ и БАСЕТ) и специализирани за селски туризъм туристически агенции. [5]

Възможности за развитие на селския туризъм през периода 2007-2013г. предоставени от ПРСР:

Програмата за развитие на селските райони 2007-2013г. (ПРСР) е изготвена в съответствие с приоритетите на Стратегическите насоки на Общността и на Националния стратегически план за развитие на селските райони на България за периода 2007-2013г. Основните мерки за насърчаване на неземеделски и свързани с тях дейности са обособени в ос 3 на ПРСР. Тази програма предоставя възможности за развитието на селския туризъм в България по мерки 311, 312 и 313.

Първата и може би най-важна мярка от тях е **311- "Разнообразяване към неземеделски дейности"** по наредба № 30 от 11.08.2008 г.. Дейностите, които се подпомагаха през първия програмен период 2007-2013 по тази мярка, пряко свързани със селския туризъм са:

**Развитие на селски туризъм** в това число: Туристическо настаняване и осигуряване на храна на туристите (включително семейни хотели, къмпинги и съоръжения, и т.н.);

**Развитие на туристическите услуги**, които предлагат на посетителите възможности за спорт и отдих или са насочени към хобита и други дейности за свободното време (езда, колоездене, фототуризм) и специализиран туризъм за любители на природата – наблюдение на птици, животни, пеперуди, растения и т.н.);

**Туристически услуги**, свързани с опазване и експониране на места с исторически, културен, природен или образователен интерес (стари изби, мелници, ферми, изложения на закрито и открито, музейни сбирки в домашни условия) и други.

**Развитие на занаятчийски дейности** (включително предоставяне на услуги, свързани с участието на посетители в занаятчийски дейности и специално създадени за целта работилници).

**Създаване, обновяване или подобрене на работилници** за поддръжка и ремонт на машини и съоръжения в области от селския бит.

Общият обем на инвестициите по приложението на мярка 311 в реалната практика в областта на селския туризъм са на стойност 126 млн. евро.[7] Резултатите от това са подобрени селски райони, по-голям брой заета работна ръка, изградени нови туристически маршрути и алеи, създадени нови еко пътеки, възстановени или създадени нови музейни сбирки, реставрирани исторически паметници на културата, подобрени църкви и училища, развита самодейна и танцова дейност към селските читалища и създадени нови или възродени стари занаятчийски работилници и ателиета.

Мярка 312 е насочена към „Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия“. Основните и цели са да насърчава разнообразието към неземеделски дейност, насърчава създаването на възможности за заетост и повишаване на доходите в селските райони и насърчава развитието на интегриран туризъм в селските райони. Постигнатите резултати са поява на нови фирми в областта на дървообработването и производството на мебели, дървени рамки, кошери, металообработване, изработване на изделия от ковано желязо, стъкло обработване и производство на различни изделия от стъкло, създаване на малки ювелирни работилници и фирми, производство на текстилни изделия, производство на плетива, производство на билки, създаване на фирми за изкупуване на горски плодове и гъби и редица други малки и средни фирми, които съживяват и обновяват селската райони. Броят на подпомогнатите нови туристически дейности през периода 2007-2013г. е 750, с общ размер на инвестициите от 40 млн. евро.[7]

Мярка 313 – „Насърчаване на туристическата дейност“ е насочена освен към туристическата дейност, също и към инфраструктурното развитие, подпомагащо развитието на туризъм в селските райони. Поради тази причина към нея е заложено създаване на нови работни места и нарастване потреблението на интернет в населените места, попадащи в селска територия.

Броят на подпомогнатите нови туристически дейности е 250, с общ размер на инвестициите от 38 млн. евро. В по-голямата си част усвоените средства са реализирани ефективно и доказателство за това е мултипликационния ефект на проектите и тяхната устойчивост във времето.

Ползите от изтеклния програмен период 2007-2013г. на ПРСР са:

- Засилен административния капацитет;
- Подобряване на достъпа до финансиране;
- Безлихвени заеми за общините;
- Окрупняване на земеделските стопанства;
- Активни информационни кампании;
- Промени в нормативната уредба;
- Електронна система за индивидуални справки

Проблемите на изтеклния програмен период 2007-2013г. на ПРСР са:

- Неусвояване на всички отпуснати финансови средства;
- Неефективна административна организация;
- Неясно регламентирани правила за одобрението на проекта;
- Недостатъчното информирание на кандидатстващите
- Неактивно управление на създадените работни места.
- Дисбаланс на атрактивността на мерките по Програмата;
- Наложително преразпределение на бюджета по мерки;
- Слаб проектен опит на местна инициативна група ;
- Нужда от децентрализация на Програмата;
- Слаба успеваемост по отношение на постигането на заложените цели;

Насоки за развитието на селския туризъм, които ще предостави ПРСР през четвърти програмен период 2014-2020г. ;

Помощта за развитието на селските райони в новия програмен период ще се разпределя между държавите-членки въз основа на обективни критерии и минали резултати, като същевременно се вземат предвид целите на развитието на селските райони и се отчита цялостния контекст на Общата селскостопанска политика и бюджетът на Съюза. Очаква се през следващия програмен период 2014 - 2020 г. България да получи 2,338 млрд. евро за развитие на селските райони от Европейския земеделски фонд.[3] През новият програмен период 2014-2020 еквивалента на мярка 311 и 312 има и най-много новости. Първата от тях е, че ще бъдат обединени в една мярка, чието име ще бъде мярка 6.4 „Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности“. Приоритетните общини, както и списъка на населени места и курортни селища с развит масов туризъм, които няма да бъдат подпомагани за туристически дейности, през новия период се запазват както при предишния, но се очаква всички села, които към момента попадат под обхвата на общини, които не са приоритетни за финансиране, да бъдат подпомагани, чрез подхода Лидер или така наречените местни инициативни групи. Това на практика означава, че всяко село би могло да бъде допустимо за реализирането на инвестиция.

В новият програмен период по еквивалента на двете мерки 311 и 312 ще се дава приоритет на инвестиции, които ще се извършват на територията на Северозападен и Северен централен район. Визия за развитие на ПРСР в посока подкрепа на иновативни проекти за следващия програмен период в областта на селския туризъм е изразена в:

Стимулиране на трансфера на знания и иновациите в областта на селското и горското стопанство и селските райони;

Създаване на нови работни места извън селското стопанство - диверсификация на икономиката в селските райони чрез насърчаване на предприемачеството с акцент върху селски и горски туризъм и други сектори с потенциал.

Подкрепата на иновациите в земеделието и селските райони следва да бъде разглеждана като хоризонтално усилие, насочено към подкрепа и развитие на потенциала на селските райони и като част от общата подкрепа на кохезионната политика през следващия планов период за изследванията, технологичното развитие и иновациите.

Според Националната стратегия за развитие на туризма 2013- 2030, ще се осъществи преориентация от „икономика на услугите“ към „икономика на преживяванията“, което извежда на преден план туристическите атракции, анимацията и предлагането на национални туристически специфики. Поставя се акцент на автентичното, на типично националното начало по цялата верига на туристическото предлагане. Легловата база за развитие на еко и селски туризъм е най - голямата в страната, но е твърде разнородна по качество и достъпност.

Положителен е фактът, че тя е разпръсната почти по цялата територия на страната и общините, които могат да развиват селски и еко туризъм заемат над 55% от територията на България.

Мерките, които трябва да се вземат за устойчиво развитие на селския туризъм според Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма до 2030 са:

- Разработване и приемане на Програма и план за действие за развитие на селски туризъм в Република България;
- Утвърждаване на селската туристическа индустрия като устойчив източник на алтернативна трудова заетост в селското стопанство, значим експортен сектор и възможност за допълнителни доходи за редица селскостопански производители, общини и държавата като цяло;
- Създаване и внедряване на специална национална система за акредитация на местата, обектите и фирмите, опериращи в сферата на селския туризъм, която да включва критерии, минимални стандарти, символика, формални механизми за контрол и обработка на туристическите рекламации. Системата следва да работи във връзка със съществуващите подобни системи в страните от ЕС;
- Формулиране и маркетирание на индивидуална, уникална ваканционна концепция за селския туризъм в България и нейното позициониране на вътрешния и международния пазар. Съдействие за организиране и осъществяване на кооперативен маркетинг на различните равнища на управление;
- Разработване и внедряване на потребителски ориентирана резервационна система, интегрираща цялото предлагане на селски туризъм в страната;
- Водене на надеждна статистика и създаване на база данни за развитието на селската туристическа индустрия;
- Използване на селския туризъм за привличане и пристрастяване на българските и чуждестранните туристи към българските селскостопански продукти ,чрез което да се повиши търсенето и потреблението им;
- Разработване и разпространение на информационни и на рекламни материали, провеждане на и участие в семинари, кръгли маси, конференции, туристически изложения и други PR, рекламни и маркетингови кампании и др. инициативи, посветени на развитието на селския туризъм.

Сравнение на двата програмни периода

Таблица 1

ПРСР 2007-2013г.	ПРСР 2014-2020
Включени мерки 311-"Разнообразяване към неземеделски дейности" , 312-"Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия", 313.	Мярка 6.4 „Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности“
<p>-100% от общите допустими разходи за проекти на общини</p> <p>- юридически лица с нестопанска цел за негенериращи приходи проекти в обществен интерес;</p> <p>- 70% от общите допустими разходи за други проекти на юридически лица с нестопанска цел при спазване на ограниченията и условията, наложени по правилата за минимална помощ</p>	<p>- Интензитета на помощта е в размер на 75 % от одобрените разходи но не повече от 200 000 евро. [10]</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Минималният размер на общите допустими разходи за проект е 10 000 евро;</li> <li>- Максималният размер на общите допустими разходи за проект е 200 000 евро;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Минимална стойност на допустимите разходи – 10 000 евро;</li> <li>- Максималната стойност на разходите по проекта 300 000 евро.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Развитие на селски туризъм, туристическите услуги, занаятчийски дейности;</li> <li>- насърчава разнообразието към неземеделски дейности, насърчава създаването на възможности за заетост и повишаване на доходите в селските райони и насърчава развитието на интегриран туризъм в селските райони;</li> <li>- Насърчаване туристическата дейност, инфраструктурното развитие</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Стимулиране на трансфера на знания и иновациите в областта на селското и горското стопанство и селските райони;</li> <li>- Създаване на нови работни места извън селското стопанство с акцент върху селски и горски туризъм</li> </ul>

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

През програмният период 2007-2013 ПРСР не успя да достигне предварително зададените нива на окрупняване на полу-пазарните стопанства. Също така не успява да възпре бързия темп на обезлюдяване на българското село. Програмата не успя да мотивира хората да останат в малките населени места. През 2007-2013 програмата не е постигнала високи икономически ползи, поради неефективното разходване на средствата. Причина за това е занижения контрол и недостатъчно ясните правила по проекта. Следователно ПРСР 2014-2020 трябва да завиши контрола по разходите, да привлече повече консултанти, който да помагат за осъществяването на проектите. Общините и местните общности, на чиито територии ще се реализират проекти през следващия програмен период трябва да работят съвместно, за да успеят да мотивират хората да останат и да развият туризъм и в малките населени места.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Държавна агенция по туризъм, „Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2009-2013, публикувана на сайта на: [www.mi.government.bg/library/index/download/lang/bg/fileId/294](http://www.mi.government.bg/library/index/download/lang/bg/fileId/294), посетен на 21.03.2014г.
2. Здравков И., Статия на тема „Мярка 311 – Алтернативата”, публикувана на сайта на <http://finansirane.eu/?p=3686>, посетен на 21.03.2014г.
3. Иванова М., Статия на тема: „България получава 2,338 млрд. Евро за замеделие до 2020г.”, публикувана на сайта на <http://www.investor.bg/evropa/334/a/bylgaria-poluchava-2338-mlrd-evro-za-zemedelie-do-2020-g.158296/>, посете на 21.03.2014г.
4. Маринов В., Селският туризъм в България – възможности и/или илюзия, издадена през 1994, <http://ruraltourismarticles.weebly.com/10571077108310891082108011031090->

[1090109110881080107910981084-1074-10411098108310751072108810801103.htmlb](http://1090109110881080107910981084-1074-10411098108310751072108810801103.htmlb),  
посетен на 21.03.2014г.

5. Михайлов М., "Устойчиво развитие и продуктови структури на туризма" (София 2007).

6. Никовска К., Стамов Ст., „Селският туризъм в България – състояние и възможности за развитие”, публикуван на сайта на:  
[http://www.canri.org/conferencia\\_2013/docs/ikonomika/10-Nikovska-selskiturizam.pdf](http://www.canri.org/conferencia_2013/docs/ikonomika/10-Nikovska-selskiturizam.pdf),  
посетен на 21.03.2014г.

7. Славова Г., „Развитие на неземеделски дейности в селските райони на България или резултатност от прилагане на ос трета на програма за развитие на селските райони през първия програмен период”, публикуван на сайта на: <http://www.su-varna.org/izdanij/Ikonomika-13/Pages%2086-94.pdf>, посетен на 21.03.2014г.

8. Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България, публикувана на сайта на: [http://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/strategy-bulgaria-2030\\_25022014.pdf](http://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/strategy-bulgaria-2030_25022014.pdf), посетен на 21.03.2014г.

9. Програма за развитие на селските райони на Република България 2007-2013г., [http://www.mtitc.government.bg/upload/docs/Programa\\_razvitie\\_selski\\_raioni\\_2007\\_2013\\_r.pdf](http://www.mtitc.government.bg/upload/docs/Programa_razvitie_selski_raioni_2007_2013_r.pdf), посетен на 21.03.2014г.

10. Програма за развитие на селските райони на Република България 2014-2020г., публикуван на сайта на [prsr.government.bg/Admin/upload/Media\\_file\\_bg\\_1393469325.doc](http://prsr.government.bg/Admin/upload/Media_file_bg_1393469325.doc), посетен на 21.03.2014г.

#### **За контакти:**

Ростислава Пенева, Катедра “Икономика и мениджмънт”, Русенски университет  
“Ангел Кънчев”, e-mail: [rostislavapeneva@abv.bg](mailto:rostislavapeneva@abv.bg)

**Докладът е рецензиран.**



## Русенска търговско-индустриална камара: създаване и дейност

Автор: Дориана Веселинова Костова  
Научен ръководител: доц. д.н. Дянко Минчев

*This paper presents the creation and activity of Ruse Chamber of Commerce and Industry (RCCI). The Ruse Chamber of Commerce and Industry (RCCI) dates back to 1895 and is one of the four oldest Chambers in Bulgaria. The Ruse Chamber of Commerce and Industry might be described as "Mid-Atlantic" – that is, it has adopted features of both the continental European chambers, which focus on business and trade activities, and the American chambers, which focus on the economic development of their cities.*

**Key words:** creation, activity, industry

### ВЪВЕДЕНИЕ

Основна цел на настоящата разработка е да се проследи хода на създаването и дейността на Русенската търговско-индустриална камара (РТИК).

През 1890 година по инициатива на български търговци се основава търговско дружество носещо названието „Първа Българска Търговска Камара в гр. Русе“. Това дружество има за цел да обединява, представя и насърчава бизнеса от Русенския регион.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

В първите години след Освобождението, Русе е най-големият град и стопански център на Княжество България. Важното му значение се определя от бързото му индустриално развитие и традиционните търговски връзки, които поддържа с дунавските страни.

В периода от 1885-1903 г. в Русе са регистрирани 135 търговски фирми. През 1889-1890 г. на частните срещи на русенските търговци се замисля основаването на търговска организация Първа българска частна търговска камара, с месечни вноски на членовете ѝ. Това сдружение възниква като частна търговска организация. Изказват се различни мнения по отношение на създаването на Първата българска частна търговска камара в Русе. Някои граждани смятат, че тя е плод на външно подражателство и че в крайна сметка, вместо да допринесе за издигането на града Камарата ще ощетява данъкоплатците. Въпреки тези отзиви надделява положителното отношение.

От 1895 до 1943 г. Камарата в Русе носи наименованието „Русенска търговско-индустриална камара“. Районът на дейността ѝ обхваща почти цяла Северна България- от р. Тимок до Силистра, включвайки 30 околии. През 1943 година районът ѝ намалява и обхваща само Русенска административна област.

На 4 май 1900 г. чиновническият персонал на Камарата е уволнен и камарата се закрива. Причина за това е желанието на Министерството на търговията и земеделието да сложи под строг контрол на икономии бюджета на камарите. Многобройните протести на местните търговци и индустриалци обаче принуждават Министерството да открие наново камарата. През май 1901 г. Русенската търговско-индустриална камара възобновява дейността си. Законът за търговско-индустриалните камари, приет на 27.11.1906 г., предизвиква нов конфликт между камарите и централната власт. Русенската търговско-индустриална камара и

останалите камари се обединяват против посягането върху автономията им, тъй като, законът дава големи правомощия на министъра на търговията и земеделието: да намалява или увеличава приходите на камарите, както и да уволнява секретарите им. Въпреки ясно показаното недоволство на камарите пред Министерството в София, държавната намеса остава през целия период на съществуването им.

През 1906 година РТИК се заема с организирането на курсове за занаятчийство. През 1921 и 1923 г. Русенска търговско-индустриална камара открива свои училища. За периода 1920-1938 г. в гр. Русе са проведени 6-месечни търговски курсове, посетени от 101 млади търговци и служители в кантори; 3-месечни курсове за шофьори със 158 завършили; 3-месечни за български шевци с 9 завършили; 2-месечни за модерно обущарство с 86 завършили. Така за 18-19 години са проведени общо 20 курса, посетени от 899 души, от които завършилите с издаден документ са 658 души, т.е. една сравнително висока успеваемост от 72 %. Камарата подпомага и професионалното образование, като ежегодно заделя голям обем финансови средства, с които го осигурява.

През 1900 година за първи път камарата поставя въпроса за Български търговски флот. Поради войните и настъпилите кризи създаването на национален речен флот се забавя с повече от четвърт век. През март 1935 г. се създава „Речно крайбрежно плаване“ - поделение на Българска държавна железница.

След Първата световна война откъсването на Южна Добруджа намалява значително териториалния ареал и стопанския потенциал в обсега на Русенската камара. Само през периода 1919-1922 г. града напускат 24 крупни фирми с общ капитал от близо 40 мил. лв. След войните Русенската търговско-индустриална камара насочва главно своята дейност към издигане на ново, по-високо равнище професионалното образование, разширява практиката на професионалните специализации в чужбина. В началото на 20 век Русе започва да се обособява като един от най-мощните индустриални центрове в Княжество България, изграждат се средно по 2 предприятия на година. Най-успешен е периодът 1910-1912 г., предшестваш двете Балкански войни. Тогава са пуснати в експлоатация 16 предприятия, приблизително толкова, колкото са изградени до годините 1912-1922, когато индустриалните предприятия са 18- число, което илюстрира следвоенната криза.

В периода на Втората световна война доминира държавната регламентация по отношение на камарите. Със закона за стопанските камари от 29 март 1943 г. се закриват търговските индустриални камари и се създават Областни стопански камари, действащи само в административния район на областния град. Областните стопански камари се поставят под надзора на министър-председателя и се задължават стриктно да се придържат към военновременната стопанска политика на държавата.

През 1948 година и след войната дейността на камарите продължава да се контролира и насочва от държавата. Камарите се ангажират най-вече с професионалното обучение, стопанската статистика и занаятчийските патенти. Участието на камарите в стопанското законодателство постоянно се ограничава. На 21 януари 1948 г. със Седмото постановление на Министерския съвет камарите в страната се закриват и за един дълъг период се прекратява тяхното съществуване.

През 1995 година Русенска търговско-индустриална камара заедно със Стопанската камара Русе, Съюза за стопанска инициатива и Община Русе създава

Бизнес Център-Русе. В края на 1996 г. с пари на Европейския съюз (по програма ФАР за индустриално развитие) стартира проект за създаването на Център по мениджмънт и фирмено развитие (ЦМФР). С помощта на този реализиран проект през 1988 г. е създадена смесена българо-английска фирма „Център по мениджмънт и фирмено развитие“ ООД, с равни дялове на Русенската търговско-индустриална камара, Русенски университет „Ангел Кънчев“ и Мид-Йоркширската индустриална камара. Този център е инструмент на ръководството на РТИК за решаване на проблемите на квалификация на мениджърите и най-вече за управление на човешките ресурси.

В периода 2001-2003 г. Русенската търговско-индустриална камара реализира няколко малки проекта с подкрепата на Клуб „Отворено общество“. През тези години камарата организира и свой информационен център и условия за електронен обмен на информация. В края на 2003 г. РТИК успява с подкрепата на Министерството за международното развитие на Великобритания да създаде посредническо звено между бизнеса и младите хора с висше образование. Създава се междуведомствен Център за насочване и развитие на млади специалисти - Младежка бизнес арена, където партньори на РТИК са Регионалната служба по заетостта-Русе, РУ „Ангел Кънчев“ и Регионалният инспекторат по образованието-Русе

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Русенската търговско-индустриална камара е независима, доброволна обществена организация, създадена за подпомагане, насърчаване, представителство и защита на стопанските интереси на своите членове е съдействие за утвърждаване на пазарно-икономическите отношения на европейската и международна интеграция на региона и страната. Търговско-индустриалните камари в България имат функциите не само на регионални координатори на стопанския живот у нас, но поемат и грижата за организиране и подпомагане на българското професионално образование.

## **Литература:**

1. Нейков, Т., Черкезов, Ив. "Юбилеен сборник : 115 години от създаването на Първата българска търговска камара и 110 години от създаването на Русенска търговско-индустриална камара"100 години Русенска търговско-индустриална камара- Л. Златев
2. Доц. д-р Дянко Минчев и д-р Любомир Златев- Стопанска история, Русе 2000
3. [http://www.rcci.bg/news\\_category.php?cat\\_id=38](http://www.rcci.bg/news_category.php?cat_id=38)

## **За контакти:**

Дориана Веселинова Костова, специалност Икономика, първи курс, Русенски университет „Ангел Кънчев“, тел.: +359 883510701 email: [doriaana210@abv.bg](mailto:doriaana210@abv.bg)

**Докладът е рецензиран.**

## Анализ на административното обслужване при подаване на заявление за отпускане на парично обезщетение за безработица

Автори: Весела Пламенова Дочева, Ивелина Веселинова Тодорова, Гергана Димитрова Александрова

Научни ръководители:

доц. д-р Антон Недялков, доц. д-р Александър Петков, докт. Мирослава Бонева

**Analysis of administrative service upon application for the grant of monetary unemployment benefits:** *The paper discusses administrative service upon application for the grant of unemployment benefits in the following directions: essence and classification; planning of operations in the process of service; material and technical, information and personnel provision.*

**Keywords:** *service, administration, resource provision, services G2C*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Услугите са основна част от нашия живот. Всеки ден хората ползват услуги – в кафене, бърза закуска, магазин или салон. Едни от важните услуги, на които се разчита и се подхожда със сериозност са тези, осъществявани от държавната администрация. Примери за това са сключване на граждански брак, издаване на разнообразни свидетелства и помощ в трудни моменти. Тяхното познаване и разбиране спомага за правилното им проектиране, планиране, изпълнение и контрол и усъвършенстване.

Настоящата разработка е адаптирана от самостоятелна работа на екип студенти от специалност „Публична администрация“ по учебната дисциплина „Организация на административното обслужване“.

Целта на разработката е да се дискутира административната услуга по подаване на заявление за отпускане на парично обезщетение за безработица по Кодекса за социално осигуряване (КСО). С оглед на изпълнението на поставената цел са формулирани следните задачи:

- 1) да се определят основните характеристики и класификацията на целевата услуга;
- 2) да се планират операциите на административна услуга, като се определят фактори за планиране на сервизния процес и се състави сервизен план, на основата, на който се дефинират процедури за избягване на грешки и се определи подход за изпълнение на услугата;
- 3) да се анализира на ресурсното осигуряване на административната услуга.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

#### 1. Основни характеристики и класификация на административни услуги

##### 1.1. Описание на административната услуга

Съгласно КСО право на парично обезщетение за безработица имат лицата, за които са внесени или дължими осигурителни вноски във фонд „Безработица“ най-малко 9 месеца през последните 15 месеца преди прекратяване на осигуряването и които:

- са регистрирани като безработни в Агенцията по заетостта;
- не са придобили право на пенсия за осигурителен стаж и възраст или пенсия за ранно пенсиониране в Република България, или пенсия за старост в друга държава;
- не упражняват трудова дейност, за която подлежат на задължително осигуряване по чл. 4. от КСО. [7]

Услугата се извършва в ТП на НОИ по местоживее на безработното лице, отдел „Парични обезщетения за безработица и гарантирани вземания (ПОБГВ)“

### 1.2. Класификация на административната услуга

Административната услуга „Подаване на заявление за отпускане на парично обезщетение за безработица“ се класифицира, в зависимост от различни критерии по следния начин [3]:

- Класификация на услугата според насочеността и характера на операциите – осезаема (нужните документи, за кандидатстването елиминират неосезаемостта на услугата) и насочена към обслужване на хора, защото лицето трябва лично да подаде заявлението, т.е. физически трябва да присъства;
- Класификация на услугата според вида на клиентите и целите на организациите – попада в раздел „Публични услуги“, тъй като услугата се предоставя от централната власт, финансира се от националния бюджет, акумулиран чрез данъчното облагане и се влияе от политическите процеси;
- Класификация на икономическите дейности (КИД-2008) - раздел О „Държавно управление“, код на услугата – 84.30 „Държавно обществено осигуряване“;
- Класификация по степента на контакт с клиента – висока степен, тъй като целият процес по подаване и приемане на документите трае около 50 минути, като контактът между клиента и служителя в този период е около 30- 35 минути.

### 1.3. Нормативна уредба за изпълнение на услугата

Редът за отпускане и изплащане на паричните обезщетения за безработица е регламентиран в глава четвърта „а“ на КСО и в Наредбата за отпускане и изплащане на паричните обезщетения за безработица (НОИПОБ). В чл. 54-а, ал. 1 КСО са посочени условията за придобиване на правото на парично обезщетение за безработица; (чл. 54-а, ал. 2 КСО) – периодите, които се зачитат при определяне правото на парично обезщетение за безработица; (чл. 54-а, ал. 3 и чл. 54-л КСО) – ред за отпускане на парично обезщетение; (чл. 1, ал. 1, ал. 4 и ал. 5 НОИПОБ) – документи, които се подават от лицата за отпускане и изплащане на парично обезщетение за безработица и др. [1] [2].

## 2. Планиране операциите на административна услуга

### 2.1. Фактори при планирането на административна услуга [4]:

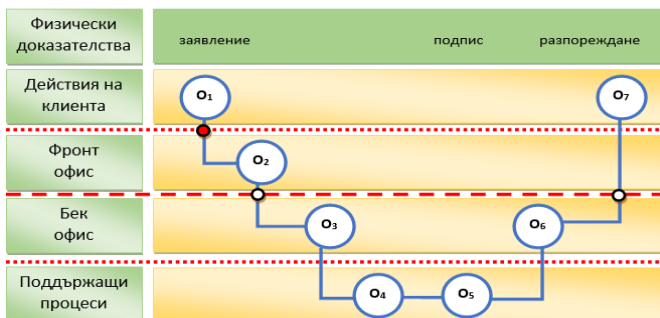
- изделията са осезаеми и се поддават на точно планиране, за разлика от услугите, при които крайният резултат често е неясен и зависи от сервизния персонал, неговото моментно състояние, обучение и др. – *този фактор влияе по-слабо на разглежданата услуга, тъй като тя е нормативно регламентирана, осъществява се от държавни служители с необходимата квалификация.*
- изделие и процес се проектират чрез стандарти (конструкторска и технологична документация), докато при проектирането на услуги такива стандарти в повечето случаи липсва – *нормативната уредба влияе силно върху процеса на извършване на услугата, а няма точно определен стандарт, по който да се определят потенциалните потребители на услугата – не може да се предвиди колко хора ще подадат заявление за определен интервал от време;*
- веднъж проектирани, изделията и процесите не се изменят за определен период от време, докато услугата зависи от клиента и може да се променя бързо и радикално – *факторът влияе силно от гледна точка на клиента, от неговата грамотност, подготвеност на документите, и не толкова силно от гледна точка на обслужващия персонал.*

### 2.2. Сервизен план и процедури за избягване на грешки

Сервизният план се разработва, за да бъде определена логическата последователност от действия (операции), свързани с изпълнение на услугата, които предварително се уточняват чрез последователно задаване на въпроси и систематично анализиране на конкретната услуга [4].

Таблица 1. Подходът 5W (1H) по операции ([4], табл. 4.3)

№	Какво	Как	Кой	Къде
1.	Подаване	на необходимите документи	от клиента	в ТП на НОИ
2.	Обработка	на документите	от служителя	в ТП на НОИ
3.	Получаване	на документите	от длъжностно лице	В ТП на НОИ
4.	Обработка	на документите	от длъжностно лице	в ТП на НОИ
5.	Подписване	на разпореждане	от началник отдел ПОБГВ на ТП на НОИ	В ТП на НОИ
6.	Изпращане	на разпореждане	от длъжностно лице	по пощата
7.	Получаване	на разпореждане	от клиента	по пощата на адрес по местожителство [2]



Фиг. 1 Сервизен план ([4], фиг. 4.5)

Таблица 2 Процедури за избягване на грешки ([4], табл. 4.4)

Проблем	Причина	Решение
Липсващи или нередовни документи	Забравени от клиента, липсват му	Териториалното поделение на НОИ изпраща на лицето уведомително писмо с обратна разписка в 7-дневен срок от приемането на документите, като му дава необходимите писмени указания за отстраняване на нередностите.
Подадено заявление след изтичане на 3-месечния срок	По уважителни причини	Удостоверени с официален документ, и лицето се е регистрирало като безработно в Агенцията по заетостта в срок 7 работни дни от датата на последното прекратяване на осигуряването, обезщетението се изплаща от тази дата за определения в КСО период
Подадено заявление след изтичане на 3-месечния срок	По неуважителни причини	Обезщетението се изплаща от датата на заявлението за определения в КСО период, намален със закъснението. Периодът на закъснението е времето от датата, следваща изтичането на 3-месечния срок, до деня, предхождащ датата на подаване на заявлението [2].

### *2.3. Подход за изпълнение на услугата*

Разглежданата услуга се извършва по метода на индивидуалния подход. Подаването на заявление за обезщетение за безработица се извършва по строго определен ред, т.е. ясно е какви документи трябва да се подготвят, къде и в какъв срок трябва да се подадат и е точно определен срокът, в който ще бъде преведено обезщетението.

### **3. Ресурсно осигуряване на административната услуга**

#### *3.1. Анализ на материално-техническото осигуряване*

За извършването на услугата е необходима следната материално-техническа база: телефон, компютър, скенер, принтер, копирна машина, печат; консумативи (хартия, тонер и др.).

Няма подходяща информация за текущото състояние на материално-техническата база, но могат да се дадат препоръки на база на изучения теоретичен материал, по-конкретно [5]:

- да се въведе политика на предпазно-профилактичен ремонт и поддръжка на наличното оборудване, като по този начин своевременно ще бъдат открити и предотвратени бъдещи откази на техниката. Целта на текущата поддръжка на техниката е тя да се използва оптимално през времето за полезно действие. Необходимо е предварително да се заложат в бюджета на НОИ – Русе средства за закупуване на нова техника.
- да се закупува нова техника вместо да се използва употребявана, тъй като първата изисква по-малко разходи за ремонт и поддръжка. Новата техника отказва по-рядко, което няма да доведе до загуби поради намаляване на сервизния процес. Нещо повече, институция като НОИ не може да си позволи да остане без подсигурана материално-техническа база, до каквато би довело закупуването на техника втора употреба и/или невъзможност за обслужване на граждани. В допълнение на това при закупуване на нова техника с висока производителност може да се реализира икономия от мащаба.

#### *3.2. Анализ на информационното осигуряване*

Програмните продукти, които се ползват са [6]:

- Архимед – деловодна програма; Archimed eDMS е интегрирана Client/Server софтуерна платформа за решения, насочени към електронно управление на бизнес процеси и документи. Archimed eDMS предоставя гъвкави възможности за дефиниране на специфичните за всеки отделен потребител електронни процеси, следващи вътрешните правила на организацията и управляваща ролите на всички нейни служители в контекста на всеки отделен процес – в Intranet и през WEB за управлявано екипно сътрудничество с отдалечени офиси, партньори, клиенти и доставчици.
- Бази данни за клиентите на НОИ, които се заимстват от Агенция по заетостта, Агенция социално подпомагане, Главна инспекция по труда, Национална агенция по приходите, Държавна агенция „Архиви“.

#### *3.3. Анализ на кадровото осигуряване*

Персоналът, извършващ услугата, се избира след провеждането на конкурс, който включва тест и интервю. Кандидатите трябва да отговарят на минимални изисквания, предвидени в нормативните актове за заемане на конкурсната длъжност [8][9]:

- образование – висше, образователно-квалификационна степен „професионален бакалавър“;
- професионален опит – не се изисква или минимален ранг за заемане на длъжността V младши.

За извършването на избраната от нас услуга в НОИ – Русе трябва да работят минимум трима служители. Двама от тях трябва да заемат или длъжността „експерт по осигуряването“ или длъжността „старши експерт по осигуряването“ в сектор „Парични обезщетения за безработица и гарантирани вземания“ към отдел „Краткосрочни плащания и контрол“ и „началник отдел ПОБГВ на ТП на НОИ“.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

След извършения анализ може да се обобщи, че разгледаната услуга е публична, със строго определен регламент за подаване на документи и ясни правила за отпускане, определени от законодателството. Това предизвиква липса на гъвкавост и промените стават бавно и тромаво. От гледна точка на ресурсната осигуреност на административната услуга може да се предложи въвеждане на подобрения в информационното осигуряване, като се свържат информационните системи на различните държавни звена. Кадровото осигуряване е насочено към подбор на специалисти с висше образование, които да отговарят адекватно на проблемите.

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Кодекс за социалното осигуряване
- [2] Наредба за отпускане и изплащане на паричните обезщетения за безработица
- [3] Недялков, Антон, Лекции по ОАО, Тема 1: Методологически апарат на дисциплината „Организация на административното обслужване“, <http://fbm.uni-ruse.bg/d/oao>, достъпно към 10.03.2014г.
- [4] Недялков, Антон, Лекции по ОАО, Тема 4. Планиране на операциите в процеса на административно обслужване, <http://fbm.uni-ruse.bg/d/oao>, достъпно към 29.03.2014г.
- [5] Недялков, Антон, Лекции по ОАО, Тема 6. Системи за материално-техническо осигуряване на административното обслужване, <http://fbm.uni-ruse.bg/d/oao>, достъпно към 09.04.2014г.
- [6] Официален сайт на Давид Холдинг АД, За Archimed eDMS, <http://www.david.bg/archimed-edms-product>, достъпно към 09.04.2014г.
- [7] Официален сайт на НОИ, Информация за “Парични обезщетения за безработица по Кодекса за социално осигуряване” <http://www.noi.bg/benefits/benefits/101-unemployment/625-pokso>, достъпно към 10.03.2014г.
- [8] Официален сайт на НОИ, Обявява конкурс за длъжност „експерт по осигуряването“ <http://www.noi.bg/images/bg/about/karieri/2014/vn222014-1.pdf>, достъпно към 09.04.2014г.
- [9] Официален сайт на НОИ, Обявява конкурс за длъжност старши експерт по осигуряването <http://www.noi.bg/images/bg/about/karieri/2014/vn422014-1.pdf>, достъпно към 09.04.2014г.

### За контакти:

Весела Пламенова Дочева, студент към катедра „Мениджмънт и бизнес развитие“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, 088 981 86 26, [v.dotcheva@abv.bg](mailto:v.dotcheva@abv.bg)  
Ивелина Веселинова Тодорова, студент към катедра „Мениджмънт и бизнес развитие“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, 089 329 67 29, [i.todorova@abv.bg](mailto:i.todorova@abv.bg)  
Гергана Димитрова Александрова, студент към катедра „Мениджмънт и бизнес развитие“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, 087 621 70 29, [gergana.aleksandrova@abv.bg](mailto:gergana.aleksandrova@abv.bg)

**Докладът е рецензиран.**



## Възможности за прилагане на електронния подпис в България

Автор: Мария Петкова

Научен ръководител: доц. д-р Александър Петков

**Possibilities for the application of electronic signatures in Bulgaria:** *Electronic signature is proposed as an electronic document for his defense of falsification. The certificate of a qualified electronic signature can be used to secure Internet commerce, e-banking, signing contracts, orders, invoices. Electronic Signature saves money for businesses and citizens and allows optimization of the administration.*

**Key words:** *Electronic signature, Certification services, E-services.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Електронен подпис (англ. Digital signature) е реквизит на електронен документ, предназначен за защитата му от фалшификация. Това е криптографски подпис или по-точно, математическа функция, получена в резултат на криптографска обработка на информацията, извършена с цел да се удостовери самотичността на изпращача и да се гарантира, че информацията не е била променена по пътя между изпращането и получаването. Електронните подписи се използват при дистрибуция на софтвер, при финансови трансакции и навсякъде, където се обменя важна информация по електронен път и е много важно евентуално фалшифициране или опит за фалшифициране да бъдат открити навреме.

Електронният подпис използва за криптирането алгоритъм, който използва асиметрична криптография с двойка ключове - частен и публичен, като с единия се криптира, а с другия се декриптира.

Според българският Закон за електронния документ и електронния подпис (ЗЕДЕП) Електронен подпис е всяка информация в електронна форма, добавена или логически свързана с електронното изявление, за установяване на неговото авторство.

Съществуват два вида електронен подпис усъвършенстван и квалифициран. Усъвършенстваният електронен подпис дава възможност за идентифициране на автора, като е свързан по уникален начин с автора. Също така усъвършенстваният електронен подпис е създаден със средства, които са под контрола единствено на автора, и е свързан с електронното изявление по начин, който осигурява установяването на всякакви последващи промени.

Квалифициран е усъвършенстван електронен подпис е придружен от издадено от доставчик на удостоверителни услуги удостоверение за квалифициран електронен подпис, удостоверяващо връзката между автора и публичния ключ за проверка на подписа, а също така е създаден посредством устройство за сигурно създаване на подписа. Квалифицираният електронен подпис има значението на саморъчен подпис [7].

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Регулаторен орган в България в областта на електронния подпис е Комисията за регулиране на съобщенията, която осъществява контрол над доставчиците на удостоверителни услуги относно надеждността и сигурността на удостоверителните услуги и води регистър на публичните ключове. Комисията за регулиране на съобщенията е определила следния списък на доставчиците на удостоверителни услуги установени/акредитирани на територията на Република България [4].

Освен всякаква частна и фирмена кореспонденция, с квалифициран електронен подпис може да се подписват и документи към редица органи на държавната и местна власт. Сертификатът за квалифициран електронен подпис може да се използва за

безопасна търговия в интернет, електронно банкиране, подписване на договори, поръчки, фактури [6].

Доставчик на удостоверителни услуги	Website
„ИНФОРМАЦИОННО ОБСЛУЖВАНЕ“ АД	<a href="http://www.stampit.org/">http://www.stampit.org/</a>
„БАНКСЕРВИЗ“ АД	<a href="http://www.b-trust.org/">http://www.b-trust.org/</a>
„ИНФОНОТАРИ“ ЕАД	<a href="http://www.infonotary.com/">http://www.infonotary.com/</a>
„СПЕКТЪР“ АД	<a href="http://www.spektar.org/">http://www.spektar.org/</a>
„СЕП БЪЛГАРИЯ“ АД	<a href="http://e-sign.sep.bg/">http://e-sign.sep.bg/</a>

**Списък с държавните организации, в които може да се използва електронен подпис за извършване на различни административни операции**

<a href="#"><u>Национална агенция за приходите</u></a>
<a href="#"><u>Национален осигурителен институт</u></a>
<a href="#"><u>Подаване на годишни финансови отчети към НСИ</u></a>
<a href="#"><u>Агенцията по вписванията</u></a>
<a href="#"><u>Комисия за финансов надзор</u></a>
<a href="#"><u>Агенция по заетостта</u></a>
<a href="#"><u>Министерство на Финансите</u></a>
<a href="#"><u>Министерство на Икономиката и Енергетиката</u></a>
<a href="#"><u>Министерство транспорта</u></a>
<a href="#"><u>Министерство на вътрешните работи</u></a>
<a href="#"><u>Министерство на здравеопазването</u></a>
<a href="#"><u>Министерство на труда и социалната политика</u></a>
<a href="#"><u>Министерство на околната среда и водите</u></a>
<a href="#"><u>Министерство на образованието и науката</u></a>

Според данни на Националния статистически институт за периода 2004 – 2010 година се оформя тенденцията все повече предприятия да използват електронен подпис, като най-голям процент заемат предприятията с над 250 заети лица [5].

табл. 1

	2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	%	Брой	%	Брой	%	Брой	%	Брой	%	Брой	%	Брой	%	Брой
Общо	5,2	903	7,4	1 472	20,2	3 995	27,9	6 398	40,4	10 038	45,5	12 068	48,3	14 698
<b>По големина на предприятието:</b>														
10 - 49 заети лица	4,7	637	6,1	976	17,4	2 732	23,2	4 278	35,3	7 040	39,7	8 159	42,0	10 420
50 - 249 заети лица	5,9	181	12,0	377	28,8	987	43,8	1 701	58,8	2 489	63,4	3 299	74,7	3 675
250 + заети лица	14,8	85	21,3	119	47,6	276	70,3	420	75,4	509	81,3	611	87,4	602

При прилагането на Закон за електронния документ и електронния подпис в България се констатира два сериозни проблема:

1. Използването на електронен подпис не гарантира еднозначно самоличността на титуляра на подписа. Процедурата за издаване на електронен подпис не гарантира напълно отсъствието на копия на използвания за подписването криптографски ключ. Стандартната практика е титулярът да получава смарт карта, където ключът е вече записан. Тъй като не е предвидена възможност за контрол — дали ключът е генериран от самата карта, или е създаден извън нея и записан впоследствие — съществува теоретическа и практическа възможност удостоверявателя или негов служител да се сдобият с копие на ключа. Единствените гаранции за отсъствието на копия са юридически (забрана в текста на закона). Не е създаден механизъм за удостоверяване на подписите на удостоверятелите. Вместо изискваните по закон сертификати, подписани от Комисията за регулиране на съобщенията, регистрираните удостоверятели използват самоподписани. Не е предвиден практически приложим стандартен начин за дистанционно получаване на гарантирано автентични копия от тези сертификати. Както Комисията за регулиране на съобщенията, така и самите удостоверятели инструктират онези, които желаят да се сдобият с копие на сертификатите, да ги инсталират ръчно от сайтовете на удостоверятелите. При това се използва или незащитена връзка или връзка, защитена чрез съвършен сертификат, удостоверен със същия самоподписан сертификат, чиято автентичност трябва да бъде проверена. За желаещите да се сдобият с копия на сертификатите е възможно ежегодно лично да ги получават в офиса на всеки от регистрираните удостоверятели, но поради липсата на удостоверяване от страна на Комисията за регулиране на съобщенията този вариант също не гарантира безспорно автентичността им.

В резултат на тези проблеми използването на електронни подписи и съвършни сертификати по смисъла на Закон за електронния документ и електронния подпис е неприложимо като метод за практическо удостоверяване на самоличност. Действащото законодателство обаче постановява, че титулярът носи отговорност за всяко действие, подписано с копие на ключа му. Аналогично всеки, който инсталира непроверени, самоподписани сертификати, отговаря сам за евентуалните последици от действията си. Това позволява системата да се използва както от държавната администрация, така и от множество фирми, които предлагат услуги, изискващи удостоверяване на самоличността, въпреки непълноценната ѝ реализация [7].

Освен законодателните проблеми, пречки има и в реализацията на електронния подпис от гледна точка на технологиите и системните изисквания. Така например за да се използва електронния подпис се изисква процедура по инсталиране на различни програми, с която има вероятност не всеки да се справи. Друг недостатък са системните изисквания за електронен подпис. На 08.04.2014 година, Microsoft прекрати поддръжката на Windows XP, като това в определени случаи може да доведе до невъзможност за използване на електронен подпис под тази версия на операционната система. Основно се поддържа софтуер предназначен за операционна система Windows, докато потребителите на Linux е възможно да срещнат затруднения.

Друга специфична особеност на системните изисквания за използване на електронен подпис, е че освен с дадена операционна система е необходимо да се съобрази и версията на интернет браузърът.

Като други причини за ниската използваемост на електронен подпис, независимо дали от предприятия или физически лица, могат да се посочат:

- Високите цени за придобиване и поддръжка на електронен подпис.
- Необходимост от ежегодно подновяване на сертификата.
- Необходимост от интернет за използване на електронния подпис.
- Потенциалните потребители не познават достатъчно електронния подпис като идея и реализация, в резултат на което се поражда недоверие към използването и сигурността.

За физическите и юридическите лица ползите са от различно естество.

При физическите лица ползите от използването са следните:

- Пестят се време и разходи. Не е нужно физически да се посещават административните гишета, работи се с институциите и банките изцяло по Интернет в удобно време, от удобно място.
- Гарантирана сигурност. Ползването на електронен подпис е един от най-сигурните начини за електронно банкиране и за гарантиране на автентичността на съдържанието на документ.
- Осигурена поверителност на електронната комуникация. С помощта на електронен подпис може да се разменят криптирани електронни съобщения с други лица.

При юридическите лица освен ползите на електронния подпис за физически лица може да се добави и:

- С електронния подпис се повишава ефективността на работа и се използват по-пълноценно служителите на фирмата.
- Елиминира се риска от надвишаване на правомощията на служители при подписване на документи. Електронните подписи позволяват делегиране на права за достъп и работа с фирмени документи само на определени лица.
- Осигурява се защита на търговската тайна в електронната комуникация. С помощта на електронен подпис може да се разменят криптирани електронни съобщения с контрагенти и партньори.
- Пести се хартия и се щади природата. Може да се премине към безхартиен документооборот с внедряването на съвременни ERP системи и услуги за онлайн обмен на електронно подписани документи и фактури, като например eFaktura.bg [1].

Трябва да е ясно, че използването на електронен подпис не е технологичен лукс. Електронният подпис спестява разходи на бизнеса и гражданите и позволява оптимизиране на работата на администрацията. Основните предимства от използването на електронния подпис могат да се обобщат по следния начин:

- Използването на електронен подпис по правило ограничава корупцията. Например в изследване на Световната банка се казва, че в град Карнатака (Индия) след въвеждането на електронна система за обработка на документи и информация свързана със поземлената собственост, спестените разходи от корупционни схеми са около 18 млн. долара годишно.
- Използването на електронен подпис намалява бюджетните разходи за издръжка на институциите. От една страна, спестява време на самите държавни служители, а от друга прави ненужно използването на тонове хартия и канцеларски материали, както и съхранението на купища хартиени документи.
- Използването на електронен подпис снижава разходите на потребителите за работа с администрацията. В Сингапур намалението на разходите за потребителите след въвеждането на ефективно работещи е-услуги са почти два пъти, а за някои дейности и доста повече. Например обработка на митнически документи преди е отнемала поне 3 работни дни и са били необходими от 3 до 30

документа, а към момента е необходим само един документ, времето за подаване на документа е по-малко от минута, а разходите спадат с 50%10 [2].

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От направения обзор може да се обобщи, че сред причините да не се използва широко електронен подпис са:

- *Липса на електронни услуги, заради които си струва да се купи електронен подпис* - повечето т.нар. електронни услуги не са нищо повече от информация на интернет страница
- *Ниско ниво на използване на информационни и комуникационни технологии сред населението и фирмите в България* - изоставането на България по отношение използването на интернет и компютърната грамотност на населението обясняват ниското ниво на използване на електронен подпис.
- *Ниско ниво на информираност на потенциалните ползватели за възможностите за електронна комуникация* - гражданите и бизнесът нямат достатъчно информация за случаите, в които може да използват електронния си подпис в работата с държавната администрация.
- *Пренебрежими ефекти от ползването на електронен подпис, които не отговарят на усилията и разходите за него* - Тази причина е в сила най-вече за ниското ниво на използване на електронен подпис от гражданите.
- *Услугите, предоставяни с електронен подпис от администрацията не са интегрирани в цялостен процес*- честа практика е подаването на заявление да е възможно с електронен подпис, но заплащането на услугата или получаването на съответната справка или удостоверение да става на място.

На база представеното до тук, могат да се дадат следните препоръки и направления за промени:

- *Законодателни промени* с цел преодоляване на проблемите свързани гарантиране еднозначно самоличността на титуляра на подписа и създаване на механизъм за удостоверяване на подписите.
- *Широка популяризация* сред потенциалните ползватели за възможностите на електронния подпис.
- *Намаляване на разходите* за придобиване и увеличаване броя услуги за граждани и фирми предоставяни с електронен подпис от администрацията.
- *Ефективни мерки спрямо администрациите*, които не искат да използват електронен подпис. Тези мерки могат да бъдат както под формата на материални стимули (в резултат на намалелите административни разходи), така и под формата на санкции за отделни служители и цели административни звена.
- *Въвеждане на принципа „електронни услуги – безплатни, услуги на гише двойно по-скъпи“*. Създаването на правилните стимули в обществото за използване на административни услуги по електронен път е един от ефективните начини, използвани в други страни. От друга страна, това е още един начин за намаляване на бюджетните разходи.

**ЛИТЕРАТУРА**

- [1] B-Trust (2014). B-TRUST - електронни подписи от "БОРИКА - БАНКСЕРВИЗ", достъпен на [\[https://www.b-trust.org/bg/\]](https://www.b-trust.org/bg/)
- [2] Институт за пазарна икономика (2010). Е-подпис в България: Още един начин за по-малко бюджетни разходи, достъпен на [\[http://ime.bg/uploads/bf80fc\\_EGovSign\\_Mar08\\_2009.pdf\]](http://ime.bg/uploads/bf80fc_EGovSign_Mar08_2009.pdf).
- [3] Народно събрание (2001). Закон за електронния документ и електронния подпис, ДВ бр. 34 от 6 Април 2001г., последно изм. ДВ. бр.100 от 21 Декември 2010 г.
- [4] Комисия за регулиране на съобщенията (2014). Регистър на доставчиците на удостоверителни услуги, издаващи удостоверения за квалифициран електронен подпис, достъпен на [\[http://www.crc.bg/files/\\_bg/Register\\_site\\_22012014.pdf\]](http://www.crc.bg/files/_bg/Register_site_22012014.pdf).
- [5] НСИ (2013). Предприятия, които са използвали електронен подпис, достъпен на [\[http://www.nsi.bg/bg/content/2846/предприятия-които-са-използвали-електронен-подпис\]](http://www.nsi.bg/bg/content/2846/предприятия-които-са-използвали-електронен-подпис)
- [6] Spektar Org (2014). Приложения на сертификати за квалифициран електронен подпис, достъпен на [\[http://www.spektar.org/certificates6.html\]](http://www.spektar.org/certificates6.html)
- [7] Уикипедия (2013). Електронен подпис, достъпен на [\[http://bg.wikipedia.org/wiki/Електронен\\_подпис\]](http://bg.wikipedia.org/wiki/Електронен_подпис)

**За контакти:**

Мария Цветанова Петкова, специалност „Индустириален мениджмънт“, Русенски университет „Ангел Кънчев“, e-mail: [mcpetkova@gmail.com](mailto:mcpetkova@gmail.com)

**Докладът е рецензиран.**

## Рейтинговата система на българските висши училища – състояние и проблеми <sup>15</sup>

Автор: Елена Захариева

Научен ръководител: доц. д-р Антон Недялков

***The rating system of Bulgarian universities – status and issues:** In this paper is discussed the status and problems of rating system of Bulgarian universities. It is motivated that the rating system is essential for improving the quality of education at universities but it collects data from different sources and gives. However, reliability of collected data and proper results from the rating system are issues that still have to be debated.*

***Key words:** Bulgarian universities, Rating system.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Висшето образование в България датира от 1888 г, като към момента в нашата страна има 51 акредитирани висши училища, които предлагат обучение по специалности, разпределени в 52 професионални направления.

Според Иванова (2008) „... висшето образование в България е изправено пред един от най-отговорните етапи на своето развитие. Страната ни е пълноправен член на Европейския съюз. В рамките на Европейското образователно пространство, висшите училища участват равностойно в пазара на образователните услуги. За това висшето образование в България силно се влияе от пазарните механизми и трябва да се възползва от свободната конкуренция, като основен двигател за развитие“.

За да подпомогне избора на кандидат-студентите в голямото разнообразие на висши училища, е създадена рейтингова система на висшите училища, която според Министерството на образованието и науката може да бъде система за оценка на качеството на образованието в различните университети.

В настоящия доклад са дискутирани състоянието и проблемите пред рейтинговата система на висшите училища в нашата страна.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Според Министерството на образованието и науката рейтинговата система на висшите училища в България подпомага потребителите на образователни услуги в избора на висше училище. Актуализираното издание на системата за 2013 година съдържа информация за 51 акредитирани висши училища в България, които предлагат обучение по специалности, разпределени в 52 професионални направления. С оглед на индивидуалните интереси на потребителите системата дава възможност да бъдат правени различни по обхват и вид сравнения и класации на висшите училища по всяко едно от съществуващите професионални направления.

Рейтинговата система позволява да правите сравнения не само между висшите училища в избрано професионално направление, но и между различните професионални направления в рамките на българското висше образование, включително и с оглед на реализацията на завършилите на пазара на труда.

Системата дава възможност на всеки потребител да направи собствена класация с оглед на индивидуалните си приоритети и интереси. Потребителят има възможност сам да избере индикаторите, по които иска да сравни висшите училища в дадено професионално направление и сам да определи значимостта (тежестта) на всеки от тях при формирането на крайната класация.

<sup>15</sup> Разработката е част от бакалавърската теза на дипломант Елена Захариева на тема „Анализ на Рейтингова система на висшите училища в България“ с научен ръководител доц. д-р А. Недялков.

Също така системата показва и стандартизирани класации. Това са класации на висшите училища по избрано професионално направление, изработени от експертен екип на базата на предварително селектирани индикатори. При стандартизираните класации броят на индикаторите и тяхната значимост при определяне на оценката за висшите училища са предварително фиксирани и потребителите не могат да ги променят. Преди да направят този тип класации експертите проучват значимостта на отделните индикатори за различните групи потребители и се съобразяват с качеството на събраната информация и броя и взаимовръзката между подбраните индикатори (МОН & Консорциум ИОО-МБМД-С, 2013).

За изработване на класации в рамките на Рейтинговата система на висшите училища в България се използват 77 рейтингови индикатора, разделени в 6 групи:

(1) Учебен процес; (2) Научни изследвания; (3) Учебна среда; (4) Социално-битови и административни услуги; (5) Престиж; (6) Реализация и връзка с пазара на труда.

Използваните индикатори са формирани на базата на статистическа информация и социологически проучвания. Всеки индикатор може да участва в различни класации с различни тежести (МОН & Консорциум ИОО-МБМД-С, 2013).

Идеята за проучване на качеството на висшето образование по университети в България е добра, но дали рейтинговата система функционира правилно и дали данните са рални?

Според различни учени е рейтинговата система, която оценява висшите училища в България не функционира правилно. Съмнително е, че рейтинговата система измерва реално качеството на висшето образование. Главната причина е именно в индикаторите, статистическата информация и социологическите проучвания.

Проведените от екипа социологически изследвания и интервюта с ректори показаха, че и у нас, както и по света, няма общосподелено мнение за това как следва да се дефинира качеството на висшето образование и как то може да се измери. Като правило представителите на нашата академична общност или се затрудняват да операционализират качеството на висшето образование, или предлагат различни индикатори (Аврамова, 2010).

Обобщени от публикацията на Бояджиева (2012), основните проблеми на рейтинговата система са:

**В рейтинговата система се използват прекалено много индикатори, което създава възможност всеки „да вземе по нещо” и така да се заличат разликите между висшите училища.**

Тъй като висшето образование има конкретни потребители – студентите, то при оценката на неговото качество задължително следва да се вземат предвид и техните субективни мнения. Отчитането на позициите и гледните точки на студентите означава, че те са възприемани като активен субект в цялостната дейност на висшите училища и в процеса на обучение. От друга страна, самото наличие на един или друг ресурс във висшето училище не означава, че той се използва пълноценно. Съществуването на кариерен център или на стажове например „не говори” достатъчно за тяхната ефективност. За да се оцени тяхната полезност е необходимо да имаме предвид и доколко удовлетворени са студентите, които са участвали в тях.

**Петенцията на рейтинговата система е, че сравнява качеството на висшето образование по професионални направления, но в нея са включени и индикатори, които се отнасят до цялото висше училище.**

Включването на индикатори, които се отнасят до цялото висше училище, а не до съответното професионално направление, е обусловено от две причини. Първата е съдържателна и се отнася до това, че висшето училище създава институционалната среда, в която се развива даденото 40 професионално направление. В този смисъл



върху качеството и престижа на професионалното направление се отразяват както положителните, така и негативните страни на висшето училище. Втората причина е по-скоро техническа и е свързана с факта, че по някои показатели няма и не бе възможно да се осигури надеждна информация на ниво професионално направление.

**Не е ясно как са определени теглата на отделните индикатори и групи, а някои тегла създават впечатление за произволност и субективност.**

Особено важно е да се има предвид, че стандартните класации са само една възможност за подреждане на професионалните направления. Всеки потребител може да направи свой рейтинг като сам определи както теглото на отделните групи индикатори, така и това кои индикатори да бъдат включени в съответната група. Например, ако за потребителя е най-важна възможността за намиране на работа, в групата „Реализация“ той ще остави индикаторите „Осигурителен доход“, „Безработица след завършилите“ и „Реализация по специалността“. Ако обаче той отдава по-голямо значение на приноса на висшето образование за личностното развитие на студентите, той ще постави акцент върху индикаторите „Добих увереност, че ще успея в живота“ и „Създадох важни контакти и приятелства.“

**Наименованието на индикаторите е много кратко и това затруднява разбирането на смисъла на отделния индикатор.**

Всеки индикатор има описание, което дава ясна представа как той е получен и какво измерва. Това описание може да се прочете в документа „Описание на индикаторите в рейтинговата система“ в рубриката „Документи и връзки“, както и като се постави курсорът върху конкретен индикатор. Въпреки това обаче, очевидно е необходимо методологията и индикаторите да бъдат представени по по-достъпен и видим за потребителите начин.

**Рейтинговата система използва обективни данни, но не е ясно как се гарантира тяхната достоверност.**

Обективната информация е събирана от няколко източника – информационната система на MOMH, НОИ (Национален осигурителен институт), висшите училища и международната база данни за публикационна активност SCOPUS. В този смисъл всяко висше училище също носи отговорност за достоверността на информацията, която е представило. За да се коригират открити неточности, се предвижда данните в рейтинговата система да бъдат актуализирани и след това да се осъвременяват периодично. Известно е, че у нас информация се събира по различни поводи и от различни институции. Работата по създаването на рейтингова система обаче показва, че липсва единна информационна система и че информацията от различните източници в повечето случаи е несъпоставима, защото се отнася за различни периоди и е събирана чрез дефинирани по различен начин показатели.

**Не са ясни основанията да се използват данни от SCOPUS, а не от висшите училища.**

Тези данни позволяват да се отчете международната видимост и значение на публикациите на българските учени. SCOPUS съдържа над 16 000 научни издания на повече от 4 000 издатели, в това число над 1 200 списания със свободен достъп; публикации от 520 конференции; 650 търговски публикации; 315 книжни серии. При оценка на научната дейност в рейтингите по света се използва информация именно от международни бази данни. За да се отчете спецификата на нашата институционална и културна среда, в рейтинговата система са използвани и индикатори, данните за които са получени от висшите училища – публикувани книги, привлечени средства за научна дейност, участие в проекти и други.

**Теглото на оценката на НАОА е ниско.**

Оценката на НАОА е с тегло 10% в критерия „Учебен процес“. Няма съмнение, че този индикатор е важен, доколкото се основава на цялостна оценка на висшите училища, направена с единна методология, която включва и посещение от групата от експерти на оценяваното висше училище. От друга страна обаче, при определяне на мястото на оценката на НАОА в рейтинговата система следва да се отчитат три важни факта. Първо, понастоящем оценката на НАОА на висшите училища формира 50% от оценката по критерия „Учебен процес“. Второ, оценките на НАОА за различните висши училища са твърде близки и поради това диференцират твърде малко. Трето, рейтинговата система има за цел да даде оценка на качеството на висшето образование, която се основава на допълнителни критерии, които не са използвани от НАОА.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Въз основа на резултатите от анализа на рейтинговата система на българските висши училища може да се направят следните **изводи**:

- Установено е, че рейтингова система има редица слаби страни, които водят до неправилни изводи, като може да се обобща, че главните причини за това се крият в индикаторите, използваната статистическа информация и социологическите проучвания.
- Аргументирани са основни проблеми на рейтинговата система, които е възможно да представят неточна информация за качеството на висшето образование по университети и професионални направления.

**Основният извод**, който се налага е, че рейтингова система на висшите училища в нашата страна е обективно необходима, но за да функционира правилно тя е нужно да се отстранят проблеми от методически характер.

**ЛИТЕРАТУРА**

- [1] Аврамова, С. (2010). Избор на индикатори за рейтинг на висшите училища. Доклад с препоръки на основата на проучване на мнението на ректорите.
- [2] Бояджиева, П. (2012). Висшето образование и рейтинговата система на висшите училища в България: състояние и проблеми, *Bulgarian Journal of Science and Education Policy (BJSEP)*, 6 (1), с. 5-88.
- [3] Иванова, М. (2008). Висшето образование в България и управлението на човешките ресурси - перспективи и предизвикателства в контекста на Европейския съюз, Дискуссионни материали, Икономически институт БАН, с. 1-43.
- [4] МОН & Консорциум ИОО-МБМД-С (2013). Рейтингова система на висшите училища в България 2013 - Методология, достъпен на <http://rsvu.mon.bg/rsvu3/rsvu/download?id=165>

**За контакти:**

Елена Руменова Захаријева, спец. „Стопанско управление“, 4 курс, Русенски университет „Ангел Кънчев“, e-mail: [elena\\_zaharieva91@abv.bg](mailto:elena_zaharieva91@abv.bg)

**Докладът е рецензиран.**

## Особености на ЕС в сравнение с други международни организации

Автор: Кристиан Илиев

Научен ръководител: доц. д-р Мими Корнажева

***Specifics of the EU in comparison with other international organizations:** The paper has the task to explain the differences between the EU and other international organizations, as well as show that the first is a unique type of organization with its specific relations and structures. A comparison is used to briefly explain the differences between the EU and the regional organizations and the specifics of the EU as a unique organization.*

**Key words:** European Union, ASEAN, Mercosur, OESC, Integration Process, Regional Organizations, Cooperation, Economic Unions

### ВЪВЕДЕНИЕ

Интеграцията е процес, който се равива най-интензивно след края на Втората световна война. Този процес е определящ и до ден днешен и е актуален, и сред най-важните за развитието на международните отношения. За различните региони по света тази интеграция като процес протича по различни начини поради специфичните им условия. Корените на интеграцията, обаче, можем да проследим в Европа, с първата по рода си организация междудържавна организация – Европейския съюз. Регионализацията в глобален аспект може да бъде разглеждана като следващата стъпка в международното сътрудничество. Изниква въпросът съществуват ли прилики между тези глобални и регионални организации и - ако да - какви. Съществуват няколко идеи за регионализацията по света, като една от по-водещите е, че всички регионални организации и процеси на интеграция споделят доста сходни черти и стъпки. Чрез сравнение на Европейския съюз с няколко по-значителни регионални и глобални организации може да се изгради една обща представа за самия процес на интеграция, както и уникалността на Европейския съюз като международна регионална организация.

### Обща характеристика на Европейският съюз

След две опустошителни войни в Европа започна процес на интегриране, с две основни цели – предотвратяване на следващи конфликти на континента, и възстановяване от разрушенията. Това довежда до създаването на първата по рода си международна организация, която днес продължава да съществува – Европейският съюз. В основата на ЕС стоят шест държави – Франция, Италия, Западна Германия, Белгия, Нидерландия и Люксембург. Организацията с разраства като днес обхваща 28 държави.

Най-основната черта на ЕС е и най-уникалната за организацията – супранационалността. Супранационализмът означава отдаването на национален суверенитет към структурите и институциите на Европейския съюз. По този начин се постига по-високо ниво на интеграция. Отношенията между държавите-членки и правния аспект на организацията са базирани на т.нар право на ЕС или Общностно право, което включва всички договори, както и всички актове на институциите на организацията. Структурно Европейският съюз е изграден от много различни институции – Европейска комисия, Европейски парламент, Съвет на ЕС, Европейски съвет, Съд на ЕС, Сметна палата, Европейска централна банка, и други агенции и институции. Интересно е да се отбележи, че институциите са с ясно обособени функции, като в основата са Европейската комисия, Европейският парламент и Съвета на ЕС. [6]

### **Прилики и разлики между ЕС и други международни организации**

Регионалните организации в глобален аспект и техните прилики и разлики трябва да бъдат разгледани, за да се стигне до окончателен и достатъчно добър извод дали съществува съответствие в процеса на интеграция между тях или не. За целта ще бъдат разгледани следните четири организации в сравнение с ЕС: Африкански съюз, Меркосур, АСЕАН и Организацията на Източнокарибските страни. Избрани са тези четири примера на международни организации, поради това, че те представляват различни региони и техните процеси на интеграция.

#### **• ЕС и Африканският съюз**

Самият Европейски съюз играе ролята на пример за създаването на Африканския съюз. Според Бабаринде двете организации имат много общи черти: За начало, Африканският съюз, или поне неговата институционална рамка, много си прилича с тази на Европейския съюз. [1] Нека погледнем причината за създаване на двете организации. ЕС е създаден да предотврати следващи конфликти в Европа, тъй като континента последователно бива разтърсен от две тежки войни. Страхът от нов конфликт между Франция и Германия води до това решение да се създаде организацията. Африканският съюз е създаден с цел да обедини всички африкански страни за да си сътрудничат и да представляват континенталния интерес на глобалната политическа и икономическа сцена. Интересно е да се отбележи, че институционалната рамка на двете организации е доста сходна, както Барбинде описва в своя труд – всяка институция на Африканския съюз съответства на една от институциите на Европейския съюз, например Европейският съвет на ЕС и Асамблеята на държавните глави на АС. Налице са още много примери за това, като Изпълнителния съвет на АС и Съвета на министрите на ЕС. [1] Относно интеграцията обаче, Африканският съюз никога не достига този етап на развитие, който ЕС успява – отдаването на суверенитет от държавите-членки към институциите на организацията. Това прави Европейския съюз една крачка по-напред в процеса на интеграция, и го отличава от други международни организации като супранационална организация, докато Африканският съюз се разглежда като регионална международна организация. Тази разлика също така показва и начина, по който се взимат решения в двете организации – в ЕС чрез отдаване на суверенитет към наднационалните органи на организацията, а в Африканския съюз чрез сътрудничество и междудържавни решения. [5]

#### **• ЕС и АСЕАН**

Асоциацията на страните от югоизточна Азия (АСЕАН) по подобие на Европейския съюз също е създадена в период на икономическа проблеми. Това показва първоначално сходство между двете организации. Политическата интеграция се превръща в нещо напълно нужно и сериозно за европейските страни подпомогнати от САЩ, описва Беркофски в своя труд [2]. САЩ също реагират в региона на югоизточна Азия, но разликата там е че се цели запазване на влиянието на отделните държави в региона, а не интеграция и обединение под формата на съюз. Сходства могат да бъдат открити в това че и двете организации имат функциониращи търговски зони. Докато в ЕС, формата на политически отношения е супранационализъм, в случая на АСЕАН това е различно – „отворена интеграция“. [2] Това означава, че тези страни са готови да си сътрудничат и да създадат свой собствен вид интеграция, базиран на тясно сътрудничество между държавите-членки на организацията. Прилики могат да бъдат забелязани и при институционалните рамки на двете организации. Интересно е да се отбележи, че докато в ЕС отношенията са обвързани с договори, в АСЕАН това е нежелано и липсва. Морада пише, че в основата на АСЕАН стои идеята за признаване и зачитане на суверенитета на държавите-членки една на друга, както и

ненамесата в политиките на всяка отделна държава. [3],[4]

- **ЕС и Меркосур**

Двете организации възникват в различни, но и сходни среди – Европейският съюз е създаден поради нужда от обединение и възстановяване след две опустошителни войни на континента, докато Меркосур е създаден единствено с икономическа цел, в среда на икономическа криза. Интересно е да се забележи, че институционалната рамка на ЕС спомага за формирането на структурите на Меркосур. Интересна е ситуацията със съдебните системи на двете организации – докато при Европейския съюз има отделно обоснована от националите съдебни системи институция с различни нива на работа, както и независимост от други институции на организацията, докато при Меркосур съдебната система на организацията функционира чрез съдебните структури във всяка една от държавите-членки, но в същото време съществува и слабо обоснована институция. Сериозна разлика в процеса на интеграция между двете организации се забелязва на основно ниво – докато при ЕС процеса на интеграция е в социален, икономически и политически аспект, при Меркосур е силно икономически аспект. Приликите между двете организации се изчерпват с основни сходства между институционалните им рамки, като при ЕС е налице супранационалност, докато при Меркосур отношенията между държавите са стриктно международни и базирани само на сътрудничество. [6],[8],[9]

- **ЕС и Организацията на източнокарибските страни (OECS)**

Сходно с Меркосур, при Организацията на източнокарибските страни се наблюдава по-силно икономическо сътрудничество и липса на политическо сътрудничество между държавите-членки. Относно институционалната рамка съществуват доста сходства между двете организации: Върховният орган на Карибската организация и Европейският съвет имат прилики – решенията взимани от двете структури са за общото благо на самите организации и всички държави-членки. По подобие на Европейския съвет, Върховния орган на Организацията на Източнокарибските страни може да дава и препоръки, където сметне за нужно. Ролята на този орган е от голямо значение за организацията. Друга сходна структура е Съвета на министрите на Карибската организация спрямо Съвета на ЕС. За разлика от Съвета на ЕС, Карибската институция има различен състав и функции. Основната разлика обаче се наблюдава при самата интеграция и нейните равнища – докато при ЕС тя е на икономическо и политическо равнище, чрез отдаването на суверенитет, при Карибската организация такова отдаване на суверенитет не съществува. Интеграцията е само икономическа и основана на сътрудничество между държавите-членки. [6],[7]

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Интеграцията е един от най-важните елементи на днешните международни отношения, както и на дневния ред на всяка държава-членка. Дали самата интеграция е на високо ниво или обхваща малък брой държави, тя е факт и присъства навсякъде. В резултат от анализа и сравнението между Европейския съюз и останалите организации си проличават следните изводи: всяка регионална интеграция се крепи на сътрудничество, като причината за нейното започване като процес може да е различна, но крайната цел е една и съща; ЕС е уникална организация спрямо факта, че интеграционният процес е по-развит и отношенията между държавите-членки преминават към супранационализъм. В този контекст, Европейският съюз може да бъде разгледан и като прототип на други процеси на интеграция, като най-добър пример за това е Африканският съюз.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Babarinde, O. The European Union as a Model for the African Union: the limits of imitation, Thunderbird, School of Global Management, Glendale, Arizona, 2007.
2. Berkofsky, A. Comparing EU and Asian Integration Processes - The EU a Role Model for Asia?, The European Policy Centre.
3. Morada, N. Europe and Southeast Asia: ASEAN-EU Interregionalism between Pluralist and Solidarist Societies. B: Review of European Studies Vol. 4, No. 3, 2012.
4. Официална страница на Асоциацията на страните от Югоизточна Азия и нейните подстраници - <http://www.asean.org/>
5. Официална страница на Африканския съюз и нейните подстраници - <http://www.au.int/en/>
6. Официална страница на Европейския съюз и нейните подстраници - [http://europa.eu/index\\_bg.htm](http://europa.eu/index_bg.htm)
7. Официална страница на Организацията на Източнокарибските страни и нейните подстраници – <http://www.oecs.org/>
8. Официалната страница на Южноамериканския общ пазар (Меркосур) и нейните подстраници - <http://www.mercosur.int/>
9. Additional Protocol to the Treaty of Asunción on the Institutional Structure of MERCOSUR, Protocol of Ouro Preto, 1994.

**За контакти:**

Кристиян Илиев, Катедра "Европеистика", Русенски университет "Ангел Кънчев",  
тел.: +359 88 5 419 205, e-mail: kristiyan.s.iliev@gmail.com

**Докладът е рецензиран.**

## Кампания „Магистър по европейските въпроси II”

Автори: Цветина Запринова, Йоанна Панкова, Михаела Недялкова,  
Илиян Петков, Мартин Георгиев  
Научен ръководител: доц. д-р. Мими Корнажева

**Abstract:** *In the context of the forthcoming elections for members of the European Parliament and with a view to the changes introduced by the Lisbon Treaty, European Studies Club initiated a local campaign named “Master of European affairs II”. The aim of the initiative is to analyze the trends and attitudes of the citizens of Ruse towards the European Union, the European Parliament and Bulgaria’s EU membership, thus raising awareness about the current EU’s political agenda and the European elections in particular. 368 respondents took part in a survey that was conducted as a part of the campaign. The paper presents the results of the inquiry.*

**Key words:** *local campaign, current European issues, elections, European Parliament, survey, trends, attitudes, Ruse, Bulgarian members of the European Parliament, Bulgaria’s EU membership, voting, European institutions, expectations, conclusions.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Предстоящите избори за членове на Европейския парламент (ЕП) през май 2014 г. са първите след влизането в сила на Договора от Лисабон (2009г). Той увеличи правомощията на европейската институция, като по този начин направи крачка в посока към утвърждаването на по-демократично управление в Европейския съюз. Особено актуална тема през 2014г. в 28-те държави-членки на ЕС са изборите за членове на Европейския парламент, които ще се проведат в периода 22 – 25 май. Под мотото „Този път е по-различно“ те стартират дебат за това в каква посока ще продължи развитието на Съюза в рамките на следващите пет години. Освен това, Европейският парламент е единствената пряко избираема институция на ЕС, чието функциониране се легитимира от правото на вот на 500 милиона европейски граждани. Като част от голямото европейско семейство България също трябва да даде своя принос към идентифицирането на големите европейски теми на бъдещето и постигането на консенсус около тяхната реализация.

В тази връзка, Клуб Европеистика инициира анкетно проучване сред гражданите на Русе, имащо за цел да очертае нагласите и очакванията на респондентите спрямо ЕС в контекста на предстоящите избори за ЕП, на първите седем години членство в Съюза, както и на 9-тата годишнина от подписването на Договора за присъединяване на България към ЕС. Инициативата целеше още повишаване на интереса, информираността и съпричастността на русенци към актуални теми от европейския политически дневен ред и включването на последните в обществения дебат по повод предстоящия вот.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Инициативата „**Магистър по европейските въпроси II**” се реализира в периода 28 март – 11 април 2014 г. на територията на град Русе и обхваща 368 пълнолетни граждани. Спазено е равното съотношение между мъже – жени, по възрастови групи и равнище на образование (средно – висше образование). Анкетното проучване има изцяло изследователска стойност и запазва политическа неутралност. Освен това то не претендира за представителност, а по-скоро има за цел да установи актуалните тенденции и моментните нагласи.

Емпиричният материал е събран посредством метода на прякото групово анкетиране. Съставена е анкетна карта, включваща 15 въпроса, един от които е отворен. Анкетната карта е разделена на няколко модула, следвайки цялостна логическа рамка. Първите въпроси в анкетната карта са насочени към обобщаване на

отношението на гражданите към Европейския съюз и членството на България в него. Впоследствие фокусът се измества върху ролята на Европейския парламент в процеса на вземане на решение на европейско ниво, както и върху значимостта на предстоящите избори за членове на институцията. От една страна, респондентите са помолени да оценят дейността на българските представители в Европарламента, а, от друга, да очертаят профила на кандидата, който биха подкрепили през следващия мандат 2014 – 2019.

След седем години пълноправно членство на България в ЕС мнозинството от запитаните продължават да са положително настроени към организацията. Преобладаващата част от тях (60%) имат положителни нагласи към ЕС, а 19% са с отрицателни такива.



Фигура 1 Отношение към ЕС

По-скоро положителна е оценката и за първите седем години от членството на България в Европейския съюз - 36% от анкетираните посочват този отговор, а за 22% от тях – имат по-скоро отрицателна нагласа. Напълно положително е оценено членството на България в ЕС от едва 7% от хората. В сравнение с 2009 г., когато за първи път беше иницирана кампанията „Магистър по европейските въпроси“, респондентите с категорично отрицателна оценка са намалели около три пъти.



Фигура 2 Оценка на членството на България в ЕС

Възможностите за работа в страни от ЕС и достъпът до еврофондовете са смятани за най-големите предимства за България след присъединяването на страната към ЕС. Следват възможностите за пътуване (20%), достъпът до вътрешния пазар и защитата на потребителите (съответно по 5% от анкетираните).



Като потвърждение на подкрепата за ЕС може да се тълкува фактът, че участниците в допитването се доверяват в най-голяма степен на европейските институции, следвани от местните и националните власти. Най-голям обаче е делът на тези, които заявяват, че нямат доверие в никоя от изброените институции. Аналогично, през 2009 г. 41% от участниците в проучването заявяват, че институциите на ЕС трябва да имат контролиращи функции спрямо националните институции, а според 27% - по-скоро подпомагащи.



Във връзка с предстоящите избори за евродепутати анкетата си постави за цел да проучи степента на запознатост на гражданите с функциите на Европейския парламент и дейността на българските представители в него, както и да сондира обществените очаквания от българските пратеници в Брюксел и Страсбург.

Бидейки единствената пряко избирана от гражданите на ЕС институция, Европейският парламент предоставя най-ефективна платформа за оказване на демократичен контрол и легитимиране на решения, взети на европейско равнище. Резултатите от направеното прочуване обаче сочат, че 29% от анкетираните русенци по-скоро не са запознати с ролята на Европейския парламент при вземането на решения в Европейския съюз, а 27% смятат, че са по-скоро наясно с тези процеси. Напълно запознатите с ролята на ЕП са 24%, а изцяло незапознатите – 14%. На въпроса дали са взели участие в предходните избори през юни 2009г. 45% от анкетираните твърдят, че са дали своя вот. 55% от участниците в проучването не са гласували. Тази тенденция се запазва приблизително в същите очертания и що се отнася до вота през май 2014 г. – близо ½ от респондентите заявяват, че ще отидат до урните, 20% няма да дадат своя вот, а 34% все още не са решили.

Мнозинството от участниците в изследването не са запознати с дейността на българските представители в Европейския парламент през настоящия мандат 2009-2014. Сред общо 21-те представители на България като разпознаваеми се открояват имане като Ивайло Калфин, Мария Габриел, Антония Първанова и Надежда Нейнски. Запитани кои са основните критерии, на които трябва да отговаря „идеалният“ евродепутат, респондентите с категоричност посочват: да отстоява националните интереси, да има опит в политиката, да бъде ерудиран, новатор и добър оратор.

Електронните медии (телевизия и радио, интернет и онлайн издания) остават предпочитан канал за информация относно развитието на предизборната кампания в България и Европа. Гражданите са разделени в преценката си по отношение на това, дали с гласа си на предстоящите избори могат да окажат реално влияние върху бъдещото развитие на ЕС – 48% са по-скоро негативно настроени, докато 40% вярват в последното твърдение.



Фигура 4 Влияние върху бъдещето на ЕС

Ако имаха възможност да зададат своите въпроси на кандидатите за български представители в Европейския парламент, участниците в анкетното проучване биха акцентирали върху следните ключови теми: прозрачност и отчетност в управлението на национално и европейско равнище; младежка безработица и младежки въпроси; цели и приоритети в работата на евродепутатите от България; мотивация за участие в предизборната кампания; национални интереси и тяхното отстояване в Брюксел; корупция и вътрешни работи.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изследването на Клуб Европеистика в Русе стигна до следните основни изводи: имиджът на ЕС остава по-скоро положителен – доказателство за това е високият процент на доверие в европейските институции (35%). За сравнение обаче удовлетвореността от капитализирането на ползите от членството на България в ЕС е по-ниска. Като цяло българските евродепутати са неразпознаваеми, а респондентите очакват от тях да представляват преди всичко националните интереси на европейско равнище.

В редица международни класации и независими проучвания българите, заедно с представителите на останалите най-нови държави-членки на ЕС, се нареждат на челните места по еврооптимизъм. Ако се направи по-детайлен анализ на процесите обаче, излизат наяве противоречащи си тенденции, на които следва да бъде обърнато особено внимание. Макар че отношението на гражданите към Европейския съюз и членството на България в него се запазва положително, парадоксално висока е незапознатостта, неинформираността и незаинтересоваността на респондентите към темите от дневния ред на Европейския съюз и Европейския парламент. Доверието в европейските институции е високо в сравнение с това към националните или местните, което обаче противоречи на факта, че половината от респондентите не са отишли до изборителните секции през 2009 г. и толкова смятат да не го направят през месец май 2014 г. Очевидно е, че отчетността и обратната връзка между европейските граждани, в ролята им на избиратели, и евродепутатите, в ролята им на представители, не е работеща или е неефективна. Необходимо е да се преодолее съществуващия дефицит на информация по отношение на дейността на най-демократичната институция в архитектурата на ЕС, за да се повиши осезаемо мотивацията на европейските избиратели да бъдат реални участници в европейския интеграционен проект.

**За контакт:** Цветина Запринова, специалност Европеистика и многостепенно управление, Русенски университет „Ангел Кънчев“, тел.: +359 896 758 225, e-mail: tsveti\_zaprinova@abv.bg

**Докладът е рецензиран.**

## Проучване на политическата реклама на политическа коалиция „Реформаторски блок“ ( за Евроизбори 2014 )

Автор: Катерина Петрова

Научен ръководител: Гл.ас.Илиана Кошарова

**Research on the political advertising of the “Reformatorski blok” party (Euro parliament elections 2014) :** *This paper discusses the political advertising of the “Reformatorski blok” party and the effect that it has over society. The paper also examines whether or not its advertising is efficient. A survey has been made and the results are analyzed in the following text.*

**Key words:** *Political advertising, Euro parliament elections, “Reformatorski blok” party, Survey.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Политическата реклама е създадена с цел да популяризира политическа партии или личности и да запознае потенциалните им бъдещи избиратели с техните идеологии и програми. Една успешна политическа реклама трябва да е в състояние да разшири влиянието на дадена партия, да наложи нейната програма, да накара потенциалния избирател да симпатизира и в следствие да гласува за нея. Този вид реклама манипулира чрез опростяване на политическите проблеми и представянето им в светлина, която би изтъкнала положителните качества на промотираната партия или личност. За да е успешна политическата реклама, то предварително трябва да се определи времето и срока на предизборната кампания, да се идентифицира целевата група до която да достигне рекламата и да се изберат подходящи информационни канали.

Предмет на изследване в настоящия доклад е политическата рекламна кампания на политическия съюз „Реформаторски блок“. След проведено анкетно проучване в изложението ще изследвам и анализирам получените резултати.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

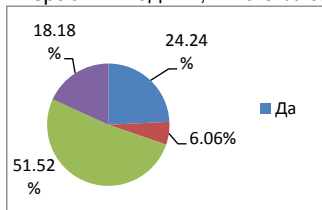
„Реформаторски блок“ е дясноцентристка политическа коалиция създадена на 20 декември 2013, като в състава ѝ влизат ДСБ, „Движение България на гражданите“ (ДБГ), СДС, „Народна партия Свобода и достойнство“ (НПСД) и БЗНС, както и безпартийни членове, организирани в граждански съвети. Блокът е отворен и е включваща политическа сила, която е възможно да се превърне в партия. За момента политическото ръководство на всяка една от петте партии поема своята отговорност за действията на съюза.[1]

Рекламният клип на „Реформаторски блок“ първоначално впечатлява с оригиналност, иновативност и спада към така наречената „негативна“ или „обратна“ реклама, но след кратко проучване на рекламната им кампания, откриваме доза плагиатство от рекламен клип сниман в САЩ през октомври 2008.[2] Идеята и смисълът на клипа се препокриват, а някои от репликите са преведени дословно от английски на български. [3] Тенденцията на копиране и сходство между политическите рекламни клипове се забелязва отдавна в България.[4]

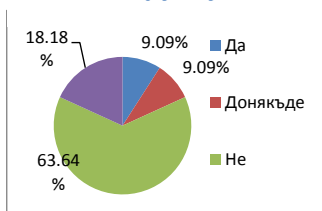
За събиране на емпиричен материал е използван методът анкетно проучване, при който респондентите сами попълват предварително изготвени карти – анкети. Всяко лице отговаря на въпросите, спрямо своите разбирания, базирани на образование, социо-културен опит и ценностна система. Извличането на информация става чрез анализ на отговорите по зададени въпроси.[5]

Анкетата е проведена на територията на град Русе , в района на РУ”Ангел Кънчев”, в периода 07.04.2014 – 10.04.2014.

Респондентите, сред които е проведено проучването, са 33 на брой. Анкетата е попълнена главно от студенти. 64% от анкетирания са жени, а 36 % мъже. Броят на работещите възлиза на 21 % от анкетирания, докато броя на студентите е 79 %. 91 % от респондентите имат средно образование, и едва 9 % са бакалаври или магистри. Цели 88 % от анкетирания лица попадат във възрастовата група 19-24, 6% са на възраст 44 години, и по 3 % са на възраст 30 и 43 години.



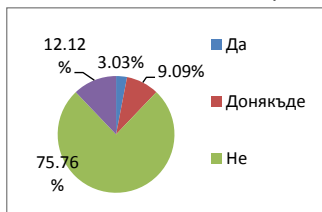
диаграма 1 : Познавате ли политическа коалиция „Реформаторски блок“



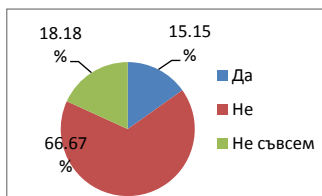
диаграма 2 : Запознати ли сте с идеологията на политически съюз "Реформаторски блок" ?

Диаграма 1, показва какъв процент от анкетирания лица познават „Реформаторски блок“. Както ясно се вижда, над 50 % не познават тази политическа коалиция, а 18 % заявяват, че я познават бегло, посочвайки отговор „не съм“. Като се има предвид, че повечето от анкетирания лица са младежи до 24 годишна възраст, а останалите анкетирани са в работоспособна възраст, то можем да заключим, че от „Реформаторски блок“, не са намерили подходящите информационни канали по които да достигнат до своите потенциални бъдещи избиратели.

Диаграма 2, показва колко от анкетирания се чувстват запознати с идеологията на коалицията. Резултатите не са в полза на „Реформаторски блок“, тяхната идея е стигнала напълно до едва 9% и до още 9% от анкетирания „донякъде“. Цели 63 % изобщо не са запознати с идеологията им. Тези резултати говорят не само за недостатъчно добре направена политическа реклама, но и за ниска популярност като цяло.



диаграма 3 : Познавате ли структурата на политическа коалиция „Реформаторски блок“?



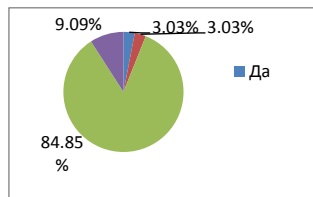
диаграма 4 : Познавате ли рекламата на политическа коалиция "Реформаторски блок" за участие в евро изборите през 2014 година?

Диаграма 3, показва до колко анкетирания се чувстват запознати със структурата на изследвания обект. Диаграмата сочи, че 76 % не познават структурата на коалицията и едва 3% (което се равнява на един човек) я познава. Тези резултати не са изненадващи, тъй като предните два въпроса вече затвърдиха мнението, че „Реформаторски блок“ е неизвестна за много голям процент от респондентите.

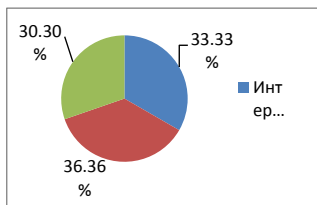
Диаграма 4, от своя страна, ни информира какъв брой от анкетирания познават политическите рекламни клипове на коалицията. 15 % познават клиповете, 18 % не ги познават напълно, а за 67 % те са напълно неизвестни. Резултатът е изненадващ, тъй като рекламната агитация на коалицията се провежда както по интернет, така и по телевизията. Към 15.04.2014 г. рекламният клип е показан в интернет над петдесет и четири хиляди пъти. Това навежда на

мисълта, че респондентите не обръщат достатъчно внимание на предизборните клипове, което може да е следствие от силното недоверие към българските политици, както се споменава и във въпросния клип.

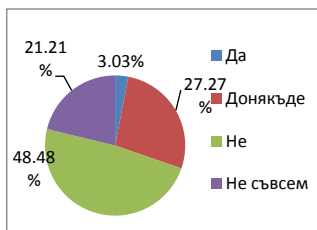
Петият въпрос, който бе зададен в анкетната карта, гласи : „Познавате ли кандидатите за евродепутати на политическа коалиция "Реформаторски блок" ? „ Получените отговори показани на диаграма 5 сочат , че 85 % не познават кандидатите, 9 % ги познават бегло и едва двама човека заявяват, че ги познават напълно или донякъде ( 3% отговорили „Да“, 3% отговорили „Донякъде“). Ясно личи, че „Реформаторски блок“ не са достигнали успешно до своите потенциални избиратели сред анкетираните.



диаграма 5: Познавате ли кандидатите за евродепутати на политическа коалиция „Реформаторски блок“?



диаграма 6: Коя от медиите Ви запозна най-добре с кандидатите за евродепутати на „Реформаторски блок“?



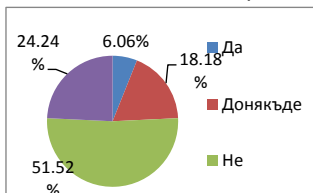
диаграма 7: Убедителни ли са политическите послания на "Реформаторски блок" ?

Шести въпрос от анкетата цели да установи коя от медиите бе запознала респондентите с изследваната коалиция. Беше им дадено право на избор измежду телевизия, интернет, радио, вестници или „друго“, като те сами трябваше да посочат своя отговор. 36 % от анкетираните лица посочиха телевизията като медията, която ги е запознала, 33 % посочиха интернет, а 31 % избраха опцията „Друго“, като свободните отговори, които посочиха, бяха сходни, а именно : „не познавам“, „не съм запозната“, „никоя медия“ и други. Резултатите тук изглеждат неправдоподобни, тъй като на четвърти въпрос 67% от анкетираните посочиха, че не познават рекламните клипове на коалицията, а 85% заявиха, че не познават кандидатите им за евродепутати. Това навежда на мисълта, че няма как близо 70% да се информирали чрез, която и да била медия след като „Реформаторски блок“ е неизвестна за тях коалиция.

Диаграма 7 ни показва, доколко са убедителни политическите послания на изследвания обект, според респондентите. Тук виждаме сравнително по-положителни резултати, тъй като 27 % смятат посланията за донякъде убедителни, а 3% ги смятат за убедителни. Въпреки това, близо 49% отбелязват, че

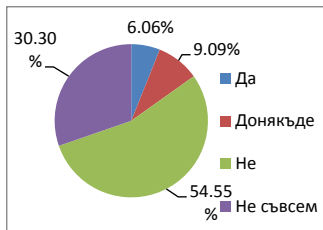
посланията не са изпълнили успешно своята цел, тъй като не ги намират за убедителни.

Резултатите представени на диаграма 8 са сходни. Там виждаме, че 18% посочват рекламните въздействия донякъде, 6% ги посочват за въздействащи, а малко повече от 51% не ги смятат за въздействащи. Както вече споменах по-горе в изложението рекламният клип е от вида „обратна“ реклама, който явно не е много популярен в България и не се възприема така добре, както в САЩ например.Както отбелязах и преди клипът на

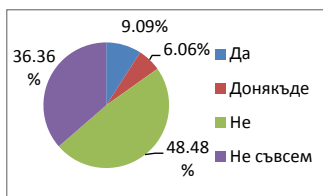


диаграма 8 : Въздействащи ли са политическите реклами на политическа коалиция „Реформаторски блок“?

коалицията прилича страшно много на клип, заснет в САЩ, който е повлиял благоприятно на избирателната активност през 2008 година.[6]



диаграма 9: Бихте ли се доверили на политическите реклами на политическа коалиция "Реформаторски блок" ?



диаграма 10 : Рекламите на политическа коалицията по-добри ли са от рекламите на другите партии?

Както се вижда от диаграма 9 55% не биха се доверили на политическите послания на изследваната коалиция, други 30% посочват, че по-скоро не биха се доверили и едва 6% се доверяват на посланията на „Реформаторски блок“. Това голямо недоверие може да е породено от недоверието към българските партии като цяло или от недостатъчно убедителните послания и ниската популярност сред анкетираниите.

Диаграма 10 ни запознава с мнението на анкетираниите относно качеството на рекламите на изследвания обект, спрямо рекламите на други политически партии. Респондентите, които не смятат рекламите на коалицията за по-добри са 49 % от всички анкетирани. 9 % са на мнение, че рекламите им са по-добри от тези на конкурентите им, 6% ги намират за по-добри, но донякъде, докато 36% не ги намират за много по-добри от политическите реклами на други партии. Това отново говори за не добре направена политическа реклама и ниска популярност сред респондентите.

Използваният, от политическа коалиция „Реформаторски блок“, рекламен клип е с дължина 2:13 минути. В клипа вземат участие много известни личности като Юлиан Вергов, Стефания Колева, Кирил Маричков и други. Клипът залага на добрата репутация на поканените и така се очаква привличане на повече симпатизанти.

Рекламната стратегия, която са избрали от коалицията е интересна и иновативна. Те залагат на обратната реклама. Всяко от познатите ни лица ни приканва да не гласуваме, защото е безсмислено и нашият глас не означава нищо. Споменава се и болната тема на българската политика, а именно купуването на избирателни гласове. В средата на клипа се случва и обратът, когато се осъзнава стойността на един глас и се набляга на нуждата от гласуването на всеки отделен гражданин на държавата ни.

Клипът е интересен и добре направен, макар, че основната му идея и сюжетът са копирани от предизборен клип от САЩ. Сравнен с другите реклами е креативен, но анкетното проучване показва, че явно тази негативна реклама не се нрави на респондентите попълнили анкетата.

Положителното въздействие би могло да се създаде от уметелното осмиване на политическите проблеми, които са имали предходните управляващи партии. Осмян е скандалът с незаконните бюлетени, като в клипа се говори за продаването на гласове. Засегнат е големият проблем на българската политика с ниската избирателна активност. Споменато е негативното отношение на българина към политиките, осмива се склонността им да крадат от народа си и да „уреждат само себе си“, както казва самата Ана Вълчанова във видеото. Клипът цели да наложи идеята, че коалиция „Реформаторски блок“ е по-различна и ще бъде правилният избор на потенциалните си избиратели в предстоящите избори. Това внушение се създава без преки апели, а в края на видеото, когато за пръв път виждаме логото на коалицията.

Във видеото не са упоменати кандидатите за евродепутати от „Реформаторски блок“, което може да е една от основните причини поради които респондентите не ги познават. След анализ на получените резултати се стига до извода, че младите хора, участвали в допитването, явно не обръщат внимание на предизборни клипове, а възможна причина отново е недоверието към българските политици.

В предизборната си кампания коалицията е решила да не занимава зрителя и със своята структура, което обяснява и незапознатостта на респондентите със състава и структурата на изследвания обект.

Идеологията на „Реформаторски блок“ също не е представена пред потенциалните избиратели, тя е внушена чрез клипа, но за незапознат с коалицията зрител, би било трудно да си направи извод за идеите и целите, които си е поставила коалицията. Като че ли цялата кампания разчита на това, че зрителят вече познава реформаторския блок и тази реклама само ще го накара още повече да симпатизира на коалицията.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изготвянето на научната разработка отне повече усилия от предполагаемите, тъй като резултатите от анкетното проучване бяха изненадващи. Те посочиха, че много малко от респондентите са запознати с „Реформаторски блок“, макар и партиите, участващи в коалицията, да имат популярност сами по себе си.

Респондентите, взели участие в допитването, бяха на възраст главно между 19 и 24 години, което показва незаинтересоваността на младите хора към политическия живот и непознаването на потенциалните партии, управляващи държавата ни.

Въпреки негативните резултати от анкетата, които говорят за ниска популярност на „Реформаторски блок“ сред анкетираните, коалицията определено има една от най-иновативните и креативни предизборни реклами у нас.

### ЛИТЕРАТУРА

[1] “Пет партии учредиха съюз Реформаторски блок”, <http://www.vesti.bg/bulgaria/politika/pet-partii-uchrediha-syuz-reformatorski-blok-6001274>, (Последно посещение на страницата 12.04.2014).

[2] “5 more friends”, <https://www.youtube.com/watch?v=TGf2o4qeBo>, (Последно посещение на страницата 12.04.2014).

“Направи избор”, <https://www.youtube.com/watch?v=wA9wu2W2Fg>, (Последно посещение на страницата 12.04.2014).

[3] Симов, Александър, „Самоубийствено плагиатство на Реформаторския блок“, <http://avtorski.pogled.info/article/53774/Samoubiistvenoto-plagiatstvoto-naReformatorskiya-blok>, (Последно посещение на страницата 12.04.2014).

[4] Кисимдаров, Владимир, “Политическа реклама 2013“, <http://www.fmd.bg/?p=8182>, (Последно посещение на страницата 12.04.2014).

[5] Кършакова, Рада, „Основи на комуникацията“, Русе, 2002, издава: Русенски университет “Ангел Кънчев”

[6] Beale, Scott, “5 More Friends Remind You To Vote + Video Your Vote”, <http://laughingsquid.com/5-more-friends-remind-you-to-vote-video-your-vote/>, (Последно посещение на страницата 13.04.2014)

### За контакти:

Катерина Петрова, студент по специалност “Европеистика и многостепенно управление”, II курс, Русенски университет “Ангел Кънчев”, тел.: 0878866216, e-mail: [kattypettirova@gmail.com](mailto:kattypettirova@gmail.com)

**Докладът е рецензиран.**



## Проучване на политическата реклама на политическа партия ГЕРБ (за Евроизбори 2014)

Автор: Тодор Гецов

Научен ръководител: гл.ас. Илияна Кошарова

**Research on the political advertising of the political party GERB for the euro parliament elections of 2014:** The paper aims to clarify the quality of the political advertising of the political party GERB, to discuss what kind of impact it has made on society. A survey was made and the results of which are analyzed in the following text.

**Key words:** political advertising, political party GERB, euro parliament election, survey

### ВЪВЕДЕНИЕ

Целта на политическата реклама е да представи и разпространи приоритетите и идеологиите на дадена партия или личност и по този начин да се привлечат повече гласоподаватели от обществото. Този вид реклама опростява в максимална степен политическите проблеми и представя кандидатите в светлина, която би спечелила най-много симпатизанти, или като цяло манипулира електората и затова тя е най-критикуваната. Изкривяването на информацията е чест и спомагащ въздействието елемент в политическата реклама. За да може да донесе успех една политическа реклама, няколко неща трябва да се вземат под внимание – възможно най-добро представяне на кандидата, определяне на целевата група, избор на подходящ лозунг, който да спечели максимален брой избиратели, определяне на информационните канали, които ще се използват и други.

Целта на доклада е да се изследва рекламната кампания на политическа партия ГЕРБ за евроизборите в края на Май 2014. В изложението се анализират резултатите на направеното анкетно проучване по темата.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

ГЕРБ е десноцентристка консервативна политическа партия в България, основана на 3 декември 2006 година по инициатива на Бойко Борисов, който по-рано същата година създава гражданско сдружение с име "Граждани за европейско развитие на България" и абревиатура "ГЕРБ". ГЕРБ не е абревиатура от Граждани за европейско развитие на България, както погрешно се смята по аналогия с едноименното сдружение, а е дума, официално название на партията, съгласно нейния устав.[1]

Към момента на подготвяне на научната разработка ПП ГЕРБ няма изготвен рекламен клип, с който да промотират кандидатите си за евродепутати. Политическата им реклама за момента е под формата на изявления в различни телевизионни предавания с политическа насоченост. Тъй като изявите на членовете на партията са чести, потенциалните избиратели лесно могат да се запознаят с идеите ѝ.

Анкетирането е най-често използваният метод за събиране на данни, при който изследването, с което се набира необходимата информация, става чрез отговори на целенасочена система от въпроси, зададени на определена група от населението.

Анкетата е проведена на територията на град Русе, в района на РУ "Ангел Кънчев", в периода 09.04.2014 – 12.04.2014 г.

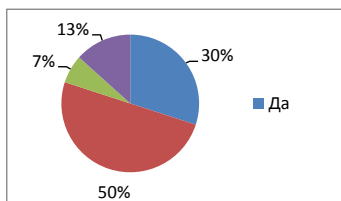
Анализът на отговорите е направен на база процентни съотношения т.е. какъв процент от респондентите са посочили един или друг отговор в сравнение с всички анкетираните.

Броят на попълнените анкетата е 30, като тяхната възраст е между 19 и 28 години. 57% са жени, а 43% са мъже. 77% от анкетираните са със средно образование, 17% са бакалаври и 7% са магистри. 90% от респондентите са студенти и 10% са работещи.



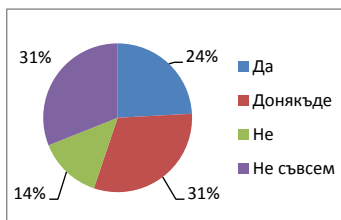
диаграма 11 : Познавате ли политическа партия ГЕРБ?

Диаграма 1, показва какъв процент от анкетираните лица познават ПП ГЕРБ. 77% са посочили отговор „Да“. 20 % декларираят, че я познават донякъде, а едва 3% от респондентите са избрали отговор „Не съвсем“. Тези отговори не са изненадващи, защото в последните 5 години ГЕРБ е един от главните играчи на политическата сцена в България.



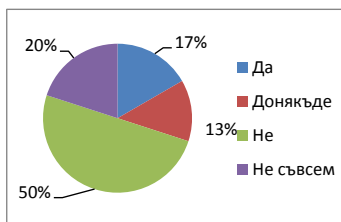
диаграма 13: Запознати ли сте с идеологията на политическа партия ГЕРБ?

Диаграма 2 онагледява процента от хора сред респондентите, които са запознати с идеологията на ПП ГЕРБ. Резултатите, в голяма степен, са в нейна полза. 30 % са напълно запознати, 50% се чувстват донякъде запознати, посочвайки едноименния отговор, 13% не са убедени в познанията си, а едва 7% твърдят, че изобщо не познават идеологията на партията. Положителното съотношение на отговорите говори добре за разпространение на идеите на ГЕРБ. Самата идеология е подробно обяснена в интернет сайта на партията.[2]



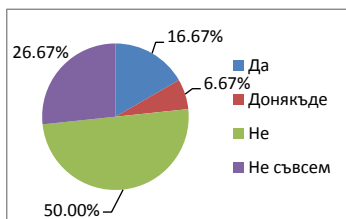
диаграма 12: Познавате ли структурата на политическа партия ГЕРБ ?

Диаграма3 показва какъв процент от анкетираните познават структурата на ПП ГЕРБ. Както се вижда 24% са напълно запознати, 31% чувстват, че донякъде познават структурата на партията, отново 31 % са избрали отговор „Не съвсем“ и 14% изобщо не са запознати. ГЕРБ е разпознаваема партия, нейните представители често са гости в телевизионни предавания с политическа насоченост и това кара по-голямата част от анкетираните да се чувстват сигурно в познанията си относно структурата на партията. Но се забелязва и процентът от респонденти, които изобщо не познават или не познават толкова добре структурата на партията, въпреки голямата популярност на ГЕРБ.



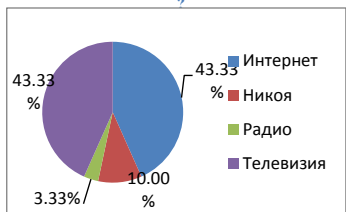
диаграма 14:Познавате ли рекламата на политическа партия ГЕРБ за участие в евроизборите през 2014?

Диаграма 4 ни показва какъв процент от анкетираните познават рекламата на ПП ГЕРБ. 17% са отговорили, че са напълно запознати, 13% чувстват, че са донякъде запознати, което общо прави 30%. Останалите 70% от респондентите не са съвсем запознати или изобщо не познават рекламата на ГЕРБ за предстоящите евроизбори.



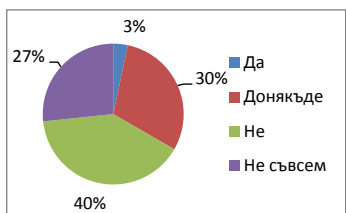
диаграма 15 : Познавате ли кандидатите за евродепутати на политическа партия ГЕРБ ?

Диаграма 5 показва какъв процент от анкетираните познават кандидатите за евродепутати на ПП ГЕРБ. 16,7% от респондентите познават кандидатите, 6,7% ги познават донякъде, 26,7% посочват отговор „Не съвсем“ и цели 50% твърдят, че изобщо не ги познават. Резултатите на този въпрос сочат, че партията не е запознала достатъчно добре обществото със своите кандидати за европейския парламент, въпреки че ГЕРБ вече са представили цялата си евролиста за предстоящите избори. [3]



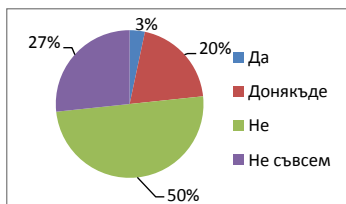
диаграма 16 : Коя от медиите Ви запозна най-добре с кандидатите за евродепутати на политическа партия ГЕРБ ?

На диаграма 6 се вижда чрез коя медия респондентите са се запознали с кандидатите за евродепутати на ПП ГЕРБ. На този въпрос 43% са отговорили интернет, същият процент се пада на телевизията и едва 3% са се запознали чрез радио. 10% от анкетираните твърдят, че никоя медия не ги е запознала с кандидатите за евродепутати. Тези отговори не изглеждат реални, защото на предния въпрос едва 23% са отговорили, че познават или познават донякъде кандидатите на ПП ГЕРБ.



диаграма 17 : Убедителни ли са политическите послания на политическа партия ГЕРБ ?

Диаграма 7 показва доколко политическите послания на ПП ГЕРБ са убедителни. Едва 3% от анкетираните смятат, че са убедителни, 30% са посочили отговор „Донякъде“, 27% смятат, че посланията не са съвсем убедителни, и за 40% от хората, които са попълнили анкетата, те въобще не са убедителни. Високият брой отрицателни отговори на този въпрос показва, че изследваната партия, въпреки голямата си популярност сред обществото, не е успяла да убеди анкетираните в своите цели и убеждения.

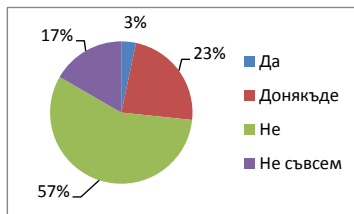


диаграма 18 : Въздействащи ли са политическите реклами на политическа партия ГЕРБ ?

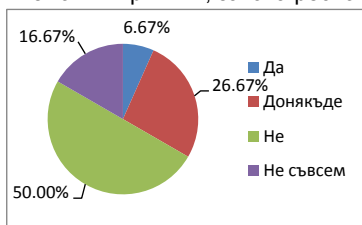
На диаграма 8 се вижда какъв процент от респондентите смятат, че политическите реклами на ПП ГЕРБ са въздействащи. 3% от анкетираните смятат, че рекламите са въздействащи, 20% мислят, че са донякъде въздействащи, 27% посочват отговор „Не съвсем“ и цели 50% заявяват, че политическите реклами на партията не са им въздействали по какъвто и да било начин. Отговорите не са в полза ПП ГЕРБ. Това може би се дължи на факта, че партия не избрала най-ефективния начин, за да достигне до тази част от

обществото, представена от респондентите.

Диаграма 9 представя какъв процент от хората, попълнили анкетата биха се доверили на политическата реклама на ПП ГЕРБ. Едва 3% от тях твърдо заявяват, че биха се доверили, 23% казват, че биха се доверили донякъде, 17% посочват отговор „Не съвсем“ и цели 57% твърдят, че не биха се доверили на политическите реклами на ГЕРБ. За пореден път резултатите не са в полза на партията. По-голямата част от анкетираните (74%) нямат доверие на политическите реклами на партията, а и на самата партия. Това може би е в резултат на политиката, която ГЕРБ е водела по време на своя мандат от юли 2009 до март 2013, корупционните скандали, скандалите със СРС-тата и ЕРП-тата. Анкетираните може би смятат, освен че ПП ГЕРБ не е била успешна в управлението си, и че не е успешна опозиция в настоящия парламент. Всички тези фактори са възможни причини, затова респондентите да не се доверят на партията.



диаграма 19 : Бихте ли се доверили на политическите реклами на политическа партия ГЕРБ ?



диаграма 20 : Рекламите на политическа партия ГЕРБ по-добри ли са от рекламите на другите партии?

На диаграма 10 се вижда какъв процент от анкетираните смятат, че рекламите на ПП ГЕРБ са по-добри от рекламите на другите партии. 6,67% отговарят с „Да“, 26,67 мислят, че рекламите на ГЕРБ са донякъде по-добре от тези на другите партии, 16,67% твърдят, че не са съвсем по-добри, и 50% са убедени, че не превъзхождат рекламите на другите партии по никакъв начин.

Тъй като към момента на подготвяне на разработката ПП ГЕРБ няма конкретна реклама за предстоящите евроизбори, респондентите възприемат като реклама всички изказвания, представяния и участия на членове на партията в предавания с политическа насоченост. Представителите на ГЕРБ не говорят положително за своята партия и за своите кандидат-евродепутати, а често, когато имат изяви по някоя медия, злословят по адрес на своите най-големи конкуренти в предстоящите евроизбори – БСП и ДПС. Този подход със сигурност ще доведе до намаляване на симпатизантите на тези две партии, но определено не е гарант, че те ще дадат гласа си за ПП ГЕРБ. Ако в оставащите дни до 25 май 2014, когато ще се проведат евроизборите в България, ПП ГЕРБ се насочи към агитираща реклама с по-положително съдържание, тяхната популярност сред общество неимоверно ще се повиши, а с нея и доверието към кандидат-евродепутатите и към партията като цяло.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подготвянето на научната разработка бе по-ангажиращо от предвиденото. Тъй като ПП ГЕРБ няма конкретна политическа реклама към момента на изготвяне на доклада, а представя своите възгледи и идеологии на обществото чрез интервюта в различни медии, може да се каже, че отговорите на някои въпроси могат да се обвържат и със самите нагласи на респондентите спрямо партията. Това дали са техни симпатизанти или не, без съмнение, е повлияло на тяхното мнение.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] ГЕРБ, <http://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%95%D0%A0%D0%91>, (Последно посещение на страницата 18.04.2014).
- [2] Политическа рамка на ГЕРБ, <http://www.gerb.bg/bg/Political-frame>, (Последно посещение на страницата 18.04.2014).
- [3] ГЕРБ представи евролистата си, <http://www.segabg.com/article.php?id=695665>, (Последно посещение на страницата 18.04.2014)

### За контакти:

Тодор Цветанов Гецов, студент „Европеистика и многостепенно управление“, втори курс, Русенски университет „Ангел Кънчев“, тел.0883326282, e-mail: [todor.getsov@gmail.com](mailto:todor.getsov@gmail.com)

**Докладът е рецензиран.**

## Globalization and Culture

Автор: Александър Стоянов

Научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова

*This paper aims to introduce the reader to the overall influence of the integration process that is Globalization. Different references have been used to outline various specific points that are reached in the paper. The work will give readers a comprehensive view of the overall influence that globalization exerts on the rest of the world.*

**Key words:** *Influence, Globalization, cultural identity.*

Globalization refers to the integration of economics, industries, markets and cultures in order to achieve a broader outlook of an interconnected and interdependent world with the aim of achieving a global society. Globalization can be seen as a social and a cultural process in which individuals coming from different cultural backgrounds find ways to interact with one another, this integration process is exposing people to different methods of thinking. Globalization is an overwhelming world trend. Multinational corporations manufacture products in many countries and sell to consumers around the world. Money, technology and raw materials move swiftly across national borders along with products and finances, ideas and cultures circulate more freely. As a result laws, economies and social movements have begun to form at the international level. As human communities share their experiences through the global networks of work and information, a greater cultural understanding develops that may help improve the lives of individuals and their families. Said differently, globalization is a phenomenon created through human activity that in turn constantly changes human activity and behavior. Thanks to online possibilities people have begun to experience what the world truly represents and each person finds that there are similarities between each culture thus fostering a yearning for more cooperation in all aspects of life.

Globalization leaves no stone unturned. As current globalization seems to demand comprehensive transformation of a society, its impact on language and culture can be detected in every facet of life [3]. If the term globalization is used to refer to the phenomena that involves sweeping and comprehensive changes across the world then, needless to say, globalization is not a new concept. The whole world has been experiencing globalization since ancient times. Human history can be perceived as the process of globalization from its inception. The Roman Empire globalized its values within its own borders also modernization and industrialization can be seen as globalization processes by their own right. The end of the cold war coincided with the collapse of the Soviet Union and opened the floodgates of globalization whilst the demand for a global economy has accelerated the process. It should be noted however, that people's earnest desire for permanent world peace has been the driving force. Geographically, in the western world, globalization has reached the stage where national boundaries might disappear very quickly and at the same time many nations are still resisting pressure to conform to the western style of globalization. The current conflicts involving the Islamic nations, at least partially, stem from the Islamic world's rejection of the western globalization process. Despite this globalization strives even onward, expanding its influence across the world and exerting constant changes to cultures throughout the world.

To a large extent, globalization promotes integration of the world and calls for the removal of all cultural barriers. Although globalization is a vital process toward transferring knowledge and education to the world, it still has its negative effects on most cultures and civilizations. Its impact on cultures, in the case of the Arabic culture, is relatively

controversial. Critics of globalization argue that this cultural invasion will lead to the disintegration of identity and the spirit of culture, such nationalists condemn the influences of globalization on their culture. Conservative Arab nationalists and fundamentalists argue that their culture cannot adhere to many globalized notions, because of this belief any attempt at globalization is seen as a form of cultural-dominion by most Arabs. In opposition cheerleaders of globalization consider the decline of most cultural distinctions as a sign of bettered communication with the rest of the world, a steppingstone to the integration of societies and a hope toward the unification of civilizations. But as a whole the endangerment of culture remains the primal worry of all of the counties affected by globalization.

A culture can be seen as the way of life of a people through which they humanize and socialize nature. It implies a world-view, a value system and a network of social relationships, culture is not set in stone it is ever growing out of selected customs and habits. [2] Webster's Third New International Dictionary defines culture as the "total pattern of human behavior and its products embodied in speech, action, and artifacts and dependent upon man's capacity for learning and transmitting knowledge to succeeding generations".

Various cultures can be divided and analyzed in terms of three dimensions [1]. At the first level humans relate to nature and life, they produce and use goods, and eventually exchange them. The second level relates to symbols and rituals which help the humans to structure social relationships, build communities and various celebrations. The third level is the quest for the ultimate meaning in life that offers goals and motivations. Religions and ideologies provide answers to this quest. These three levels provide identity to a social group and help distinguish it from others.

The way globalization enhances cultural identity throughout the world should also be noted. In the new era people become much more concerned about the uniqueness of their own culture. Cultural identity provides the global significance of local knowledge and the sense of self, community and nation [4]. Deng points out that cultural identity answers the questions of "Who am I?", "Where are we going?" and "What do we Have?" since people construct their identities by drawing from their cultures, they will defend them. In hindsight globalization actually brings much more awareness of cultural identity then before.

Globalization affects culture in basic ways. One such way are teens in the US who learn Japanese culture through comic books and animations, and likewise Japanese teens learn about the US through TV shows and movies made by Americans. With the influence of fashion, culture and music globalization reaches new heights by incorporating different styles, traditions, and musical genres they reach out to millions throughout the world and that kind of influence has ramifications so deep that they affect the everyday life many people. Cuisine can also be considered an aspect that globalization has managed to influence and distribute. Take Japanese sushi that was traditionally a Japanese only cuisine but nowadays can be consumed in virtually any country in the world, French pastries to "American" fried chicken can be found from Moscow to Hong Kong and people are grateful for such intercultural sharing.

In conclusion it is fair enough to say that globalization is a strive for humanity to breach the gap that its various cultures have so meticulously created over humanity's long past. By embracing each culture with patience and understanding we might just come one step closer to the concept of the "global village"

**REFERENCES**

- [1] Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press
- [2] Featherstone, (1996). *Globalism, and Cultural Identity*. Durham, NC: Duke University Press.
- [3] Ota, N (2009). *Impact of globalization on Japanese language and culture* Toronto, Ontario, Canada: York University
- [4] Deng, N. (2005). *On the national literature's tactics in the globalization's language environment*.

**ABOUT THE AUTHOR**

Alexander Stoyanov, student, Faculty of Business and Management, University of Rousse, Phone: +359 87 225 551, E-mail: sasho1992@ymail.com

**Докладът е рецензиран.**



## Globalization and Cultural Change

Автор: Йоанна Панкова

Научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова

**Abstract:** *This work analyses the factors of globalisation, influencing the cultural development within a country and its influence on local population. The emerging impact of global brands and their spread mainly in developed cities is causing a threat for the existence and maintenance of local companies. Essential aspects, considered in the paper are the importance of intercultural travel, as well as the concept of "brain-drain". On the basis of continuous research, the major causes for growing interconnectedness among society are explored.*

**Key words:** *globalisation, culture, borders, multilingualism, "brain-drain", poverty;*

### INTRODUCTION

The process of globalisation is gaining an increased importance in recent years. It is affecting citizens of each age group- without taking into consideration their cultural background. Since it plays a vital role in our way of life, it has a major impact on the change and development of our own culture. In today's life it is generally enforced by various methods - through the open market economy, internet, media – including news and social media, popular culture and various international organizations, aiming for a unified humankind.

The work also emphasizes on the importance of understanding different cultures as an essential factor in maintaining world peace. By increasing the social interactions worldwide, the society will achieve better understanding of neighbouring countries. To solve the issues that globalisation is causing, many researchers have proposed distinct methods of dealing with „brain-drain“, global marketing, which also result in poverty in developing countries and the disruptive effect on cultural diversity. Main objective of the work is to propose understanding of essential aspects of the impact of globalisation and basic solutions for its negative consequences.

### LAYOUT

The pace of global integration is growing significantly and the world is unifying humankind all over the world. The causes with major impact are the rapid development in technology, communication, transport and scientific achievements. They have led to the vanished national borders. Due to the spread of social media, today it is absolutely possible to communicate cost-free with people from the other part of the globe. Currently the amount of phones are much more than the population and with the escalation of smart phones each one of us is capable of searching information, socialize and entertain instantly. Undoubtedly, the dominant social media not only in Bulgaria, but all over the planet is Facebook. The purpose for its creation is society to have the opportunity to "share and stay connected with their friends and the people around them", followed by the logic that "if people have control over what they share, they will want to share more" and "if people share more, the world will become, more open and connected. And a world that's more open and connected is a better world." This interconnectedness has extended social relations.

The internet, also referred as the "network of the network" is the most affiliating factor for globalisation and the fastest and easiest way for unification of people all over the world by their common interests. There are variety of methods for achieving it – through video sharing websites, social media, world news, publications and last, but not least is the role of celebrities. They are an integral part of the popular culture- the other key player in the process of globalisation, which encompasses the collection of common activities and interests, all the movies, TV shows, music, etc., aimed at the general mass of people.

For the purposes of greater globalisation and cultural openness the increasing number of multilingual people is a necessity. By learning foreign languages people are able to communicate and interact with the rest of the world. For the purposes of the European Union and greater integration of the member states citizens, it is insisting and supporting the learning of at least one foreign language. There is also the aspect of ending the multilingualism and turning the English language into *lingua franca*. Despite the fact that national languages are main distributors of local and group identities, there is a need for a universal language to ease the global communication – the means for assuring improvement in productivity and education. Thus, the question is raised concerning the most valuable achievement on an international level – preservation of national identity or accomplishment of global integration. This will lead to major improvements and undoubtedly will change the humankind's way of life.

The rapid technological development contributed to the progress of transportation and brought closer the international travel to society. Also referred as cultural travel, it is based on living in a foreign country with the purpose of cultural exchange and discovering the local population - in more particular their traditions, values and culture. Today, it is absolutely conceivable for a traveller to visit another continent within only one day. Thus, international travel creates a prerequisite for cross-cultural communication and maintaining world peace, by exploring foreign cultures. In this way travellers may find out the existing cultural similarities or adopt some of them in their own country. The business travellers are also common, their goal is to explore foreign business ideas and to implement them back in their homeland. We need to take into consideration the promptly emerging comprehensiveness of global brands. Example for that is the international popularity of fast-food chains like McDonald's. They are known worldwide and have contributed to the Americanization and globalisation of fast-food. It seems that the American culture differentiate from the Bulgarian, since in Ruse the local population is "not lovin' it" and the global fast-food chain was shut years ago and is still not opening again.

On the other side essential aspect of the effect of globalisation is the changing food culture. For those of us, living in big cities there is great possibility to experiment with the local cuisine of a foreign state and improve the diversity of our diets. With the open market economy and expansion of transportation methods, we are able to smell, taste and enjoy the food of every corner of the world- no matter whether it is Chinese, Italian, American or any other. It is not necessary to go to Japan to experience the taste of Sushi or to travel to Italy for some pasta.

One of the drawbacks of cultural globalisation are the consequences of transforming all cultures into one homogenous. There is a risk of disappearance for languages and traditions of less influential countries. Since local customs and languages are a trait of their identity, globalisation represents a disruptive effect on national identities. The appearance of one dominant culture will lead to a complete transformation of world population, but it also raises the question: Why the world needs so many diverse cultures, when it is trying to unite us in each possible aspect?

Another objection, concerning globalisation is the concept of "brain drain". It represents the migration of educated and professional workers, who settle in another state. The problem often stems from the opportunities provided by developed countries. The flight of human capital is a problem concerning the whole population within the developing state. I am convinced that those citizens are essential for the future progress of the state and transforming it into developed country, but the open job market and the global integration make it harder for the state to attract its locals. Citizens are those who should educate, improve their knowledge and capabilities and then implement them in their own homeland. Thus the world will develop and improve the life not only of themselves but also of humankind.

The introduction of global marketing is a crucial problem, which should be taken into consideration, when discussing local companies and the deeper economic interconnectedness. The foreign fancy and expensive advertising campaigns look more attractive than those of the locals and the attention of customers is easily attracted. The commercial advantage contributes for the reaching of a larger consumer community. Thus national economy might be affected by increasing poverty, which is another global issue. In order to reduce poverty the wealthy countries should import more goods and services from the developing countries and not vice versa.

---

### CONCLUSIONS AND FUTURE WORK

For the above mentioned reasons, it seems to me that the world is meant to be global and I would also say that it needs to unite in order to survive and overcome its issues. Humanity is facing a number of challenges to deal with. Due to the global commitment to strengthen international organizations and treaties, I am inclined to believe that the world's unification is moving forward to removing barriers and gathering the society much closer. The rules of worldwide commerce and communication lead us to rethink the idea of "one world- one culture", which is followed by the logic for need of global language. It raises also the question whether the removal of barriers will lead to solution of the poverty issue.

We are not living alone, on our planet Earth there are 7 continents, 196 countries with 6909 official languages. In order to improve our communication, development of societies and interconnectedness we are supposed to cooperate with each other. The previously discussed effects of the globalized cultures and most importantly the aspect of intercultural communication brought me to the question for the exploration of not only different cultures but also different planets - Are we, the humankind, prepared for discovering the galaxy

---

### REFERENCES

- [1] <http://www.discovery.com/tv-shows/curiosity/topics/big-question-globalization-changing-culture.htm>
- [2] <http://www.jrf.org.uk/sites/files/jrf/internet-communities-communication-full.pdf>
- [3] [http://www.nytimes.com/2010/06/08/books/08book.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/06/08/books/08book.html?_r=0)
- [4] [http://gsmis.org/?page\\_id=54](http://gsmis.org/?page_id=54)
- [5] <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTABOUTUS/0,,contentMDK:23272496~pagePK:51123644~piPK:329829~theSitePK:29708,00.html?argument=value>
- [6] <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/culture-and-development/the-future-we-want-the-role-of-culture/globalization-and-culture/>
- [7] [http://en.wikipedia.org/wiki/Cultural\\_globalization](http://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_globalization)
- [8] <http://en.wikipedia.org/wiki/Globalization#Culture>
- [9] <http://www.discovery.com/tv-shows/curiosity/topics/big-question-globalization-changing-culture.htm>
- [10] <http://www.wisegeek.com/what-is-cultural-globalization.htm>
- [11] <http://www.bbc.com/future/story/20120522-one-world-order>
- [12] [http://www.ehow.com/info\\_8404549\\_impact-global-communication-cultures.html](http://www.ehow.com/info_8404549_impact-global-communication-cultures.html)
- [13] [http://ppm.swu.bg/media/31909/ridouani,d.%20multilingualism\\_multiculturalism\\_globalization.pdf](http://ppm.swu.bg/media/31909/ridouani,d.%20multilingualism_multiculturalism_globalization.pdf)
- [14] [http://www.academia.edu/2631866/Globalisation\\_and\\_the\\_Death\\_of\\_Multilingualism](http://www.academia.edu/2631866/Globalisation_and_the_Death_of_Multilingualism)
- [15] <http://groupbfor.pbworks.com/f/McDonald.pdf>
- [16] <http://www.ask.com/question/mcdonalds-globalization-of-culture>

- [17] <http://www.nationsonline.org/oneworld/languages.htm>
- [18] <http://geography.about.com/cs/countries/a/numbercountries.htm>
- [19] [http://www1.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/3000/\\$FILE/dis3000.pdf](http://www1.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/3000/$FILE/dis3000.pdf)
- [20] <http://www.indiabix.com/group-discussion/brain-drain-has-to-be-stopped/>
- [21] [http://www.icis.kansai-u.ac.jp/data/journal02-v1/31\\_Carroll.pdf](http://www.icis.kansai-u.ac.jp/data/journal02-v1/31_Carroll.pdf)
- [22] <http://globalmarketingtoday.wordpress.com/about/what-is-global-marketing/>

#### **ABOUT THE AUTHOR**

Yoanna Pankova is a third year bachelor degree student at University of Ruse "Angel Kanchev", European and Global Studies; tel: +359 883 36 33 49; e-mail: [joanna.pankova@gmail.com](mailto:joanna.pankova@gmail.com)

**Докладът е рецензиран.**

## Globalization and Cultural Diversity

Автор: Лора Христова

Научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова

***Effects from globalization process over the cultural development and cultural life in Europe:** This paper examines the importance of the topic concerning multicultural integration and management on global level comparing Europe to other parts of the world. Specific emphasis will be put on diversification of culture and the need of the society to be aware of tendencies and how to react to them. Key figure will be Europe, along with its countries - main drivers of cultural development, compared to other world powers in this term. The analysis will provide useful information and knowledge about the forms of cultural evolution that exist in societies.*

**Key words:** Globalization, cultural orientation and views, Europe, China, selfness

### INTRODUCTION

The process of globalization requires preparedness, stability and knowledge about multicultural crossings, identities and phenomena. Just like a living creature, it has advantages, disadvantages and can affect the cultural orientations in different aspects, ways and levels. The overall feeling is that globalization performs as a swift and quick very often unexpected change in perceptions and views, in technologies and generations and it usually brings tension, anxiety, loss of personal opinion and identity and confusion despite all positive development factors that we already know – integration, development, competitiveness. The main problem with globalization comes from the inability to adapt to the positive results that are needed.

### POSITIVE ASPECTS OF GLOBALIZATION

The main positive effects that globalization has over culture are the connectivity and the adaptability of the different cultures towards each other, as well as the integration of values in the vast intercultural communication. No matter if we speak about trade, economics, social aspects, civil or military defense and all other spheres of cultural/political/social life, globalization has a boosting effect on those who are strong by themselves. Who are the winners of globalization worldwide? China, Russia, the EU, the USA. China has the most outward and visible potential to create a global connection with all continents. Why is this so – maybe the truth lies in the cultural identity of the Chinese – they are more adaptable to changing circumstances, they are creative and quick-minded. As technology evolves, China has increasingly become the most important among the strongest countries in the world. It has again become an empire, but now in the essence and meaning of globalized and developed country with resources in cultural dimensions and values spreading throughout the world. Industries, market shares, influences in technological advance and innovation development – the Chinese have evolved in a way much faster than many European countries for example. The USA depends on Chinese production and productivity nowadays and has become one of the biggest debtors in the world. In my personal analysis and perception towards the geopolitical structure of today's society and in cultural terms China ranks first in adaptation and availabilities. The Chinese people have preserved their identity, traditions, prosperity - they have preserved their "selfness". This is a very important aspect of globalization. To stay who you are and evolve in the same process, to adapt to the changing world.

### Negative aspects of globalization

In this aspect, the main problem with globalization arises from the loss of identity. People can learn many new languages, people have almost no barriers to communicate, share beliefs, emotions and ideas by means of technologies, cooperation and creativity. Communities and societies have so many opportunities to grow and differentiate themselves

from all the rest that confusion and loss of the own perceptions, culture and values becomes the initiation of “development”. There is a lack of ability to differentiate between what is right and wrong – is it right to follow religion, is it right to follow politics or is it right to just establish a personal way of thinking and not to be influenced by any other understanding of the world? There are no basics because the basics have not been clearly outlined. Who am I and what is my culture, what is my origin and where do I belong to? Cultural aspects have become so blurred that the new generations lack the knowledge of the past and of what has been there before them. The speed of progress and development has increased to unimaginable measures and cultures/civilizations of the past are not here today, they have been the outcasts of a society full of novelty and chaos among pretensions for democracy, liberalism and respect for individuality and human rights. Examples of unsuccessful cultures we can find anywhere – from the extinct already small tribe cultures in Africa or Europe to languages with great and interesting past and history like Oscan (spoken in South Italy), Chorotega (spoken in Costa Rica), Ahom (nearly extinct language spoken in India) etc.

### **Europe and culture**

The main point of all said is: How does Europe evolve in the middle of all these changes, fluctuations and instabilities? Has Europe cultivated its diversity in cultural terms? Has it preserved its “selfness”? Which one weighs more – positive sides or negative aspects to globalized Europe? To answer these topical questions there is a need of investigation of several pinpoints and key issues that lay the foundations of Europe as it is today – from the past to the future. Germany, Ukraine, Russia, France... These countries can provide us with their vivid and broad experience and their differences in cultures and mentalities, their ways of development throughout the years.

### **Germany and France**

Germany, on the one hand, proves to be a stable and straightforward country. The Germans are in the middle of almost everything. They tend to be appropriate, specific and on time. Some may call them dull, others – well-aware of how to live. The idea here is – after so many years of devastation and tyranny the society has evolved to a stage when democracy is felt within the living spaces of the people in the country. The so well-known European values of human rights preservation have become part of this society. The same goes for France with the exception of the fact that the French people are particularly nation-oriented. They keep to their language and culture so tightly that sometimes they ignore what happens and occurs around them on a global level.

### **Ukraine and Russia**

The main difference, on the other hand, comes with Ukraine and Russia. It is a specifically hot topic to speak about but along with and behind the scenes of what has happened and whose interests have been curved and maintained, the cultures of these nations say something quite visible and easy to recognize: “Dear Europe, postpone globalization”. So how do these countries evolve together? Is there a possibility that they cooperate and help each other without violence and without someone losing their identity and cultural beliefs? Future will tell for certainty. For now, the world is left with the scent of a broken image about the global issues that occur on a daily basis. When it comes to these two countries, fear, instability and loss of uniqueness and ideology/ identity is often heard of.

### **Mass communication**

Undoubtedly, the most explicit way to not only inform, integrate and spread values and common interests worldwide but also to manipulate, and to often keep the truth hidden is mass communication. “In reality, globalization has been around since the beginning of

mankind. We merely evaluate its history according to various phases of paradigms. But one thing is sure, as transportation and communication increase in speed, the process of globalization becomes more and more apparent. As globalization speeds up, we become more aware of it and this increase, in comparison with past percentages, causes everything in the world to become influenced more quickly.”[1] The internet and mass communications made globalization so quick that some small cultures vanish whereas the biggest ones, even though not always better ones in terms of morals and values, have become overwhelmingly popular and looked up to. Europe at different speeds, we may say, is the key term to express how different cultures and countries share views and exchange cultures between themselves. Some move slowly, while others are fast but the outcomes depend on the stability and capabilities of the society that evolves the culture. “Particularly in developed countries, where the population is becoming more and more aged, coupled with the rise in unemployment, the obligations of being a social state and providing systems of social security have become an unbearable burden. As a result of this, developed nations and popular name brand manufacturers have begun locating their production sites in other countries where labor is inexpensive. Multinational companies/brands, which formerly only sold products to countries, now as active operatives in a country, either affect the country's entire economy, or are affected by its economic makeup.”[2] This aspect of globalization implies the overall acceptance of the process as so enormous that it can actually affect a whole economy. This aspect should not be overlooked at all. It clearly addressed the potential of destructive and violent atmosphere, even though it brings fortunes and prosperity for those who develop perfectly in it.

### CONCLUSIONS AND FUTURE WORKS

Globalization in practical terms affects enormously the culture of peoples and paves the way for, either their prosperity, according to what people need, or their extinction due to inadaptability or incapability to stay on top. The same goes for people. If you cannot prove yourself you cannot succeed. “A feeling of belonging is an essential part of an individual's sense of well-being. But such has been the pace of European integration that it has produced a backlash among people who fear the old certainties are disappearing. As integration in the European Union continues, more national sovereignty is pooled, and more of the power moves to the center, to Brussels, which seems remote and opaque.”[3] Do not stay confused. “Stay hungry.”[4] What should be clearly remembered and understood is the fact that globalization provokes reaction. It is a provoker and not a reaction by its essence. In practice, globalization affects everything in the daily life of every citizen. In cultural terms, people need to be aware of the dangers that globalization brings along with the positive outcomes and be prepared to outdo the first ones. Cultural identity should be preserved.

### REFERENCES

1. Örnek, Y., Globalization and Cultural Identity, The Proceedings of the Twenty-First World Congress of Philosophy, volume 13, Philosophical Society in Turkey, 2007
2. O'Rourke, B., Europe: Preserving Cultural Identity with Globalization, Radio Free Europe
3. O'Rourke, B., Europe: Preserving Cultural Identity with Globalization, Radio Free Europe
4. Jobs, S., Commencement address on June 6<sup>th</sup> 2005, Stanford Report, June 14<sup>th</sup> 2005

Lora Hristova Hristova, European and Global Studies, Year 3, Faculty number: 115295, University of Ruse, mobile phone: 0893561570, email: curious.bg@gmail.com

**Докладът е рецензиран.**

## How Globalization Affects National Culture

Автор: Михаела Недялкова

Научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова

**Abstract:** *We live in the 21<sup>st</sup> century when globalization has affected our way of living to a great extent and is developing and expanding at a much faster pace than scientists have predicted. However, culture is a stable and tangible system and has many layers that have been formed over the centuries. On the other hand, due to the development of technology, globalization affects each culture to a certain extent. This paper examines how much globalization affects the Bulgarian culture.*

**Key words:** *globalization, culture, traditions, homogeneity, European Union, change;*

### INTRODUCTION

We live in a globalizing world and not globalized yet. Globalization per se gives the impression that all the countries or a group of countries, sharing the same values and understandings, would become to a certain extent the same. This means creation of a homogenous world – as far as culture, economy and business are concerned. And homogeneity leads to unification. In this connection, what 'National Geographic' gives as definition for this term is: "globalization is the connection of different parts of the world. Globalization results in the expansion of international cultural, economic, and political activities. As people, ideas, knowledge, and goods move more easily around the globe, the experiences of people around the world become more similar." Furthermore, according to the Business dictionary "globalization implies the opening of local and nationalistic perspectives to a broader outlook of an interconnected and interdependent world with free transfer of capital, goods, and services across national frontiers." [1] Obviously, this fashionable term has several directions for interpretations and it seems that they are all interconnected. On the one hand, there is the business and economic dimension; on the other hand, is the culture. Culture has always been affected by what is happening in the economic and political life of a country.

### LAYOUT

Globalization, though, is determined not only by political and economic aspects. Its social and cultural dimensions are increasing more and more not by decades, as it used to be, but by months. Globalization affects to some degree our way of living, the products we consume daily and perhaps our habits. Globalization, however, does not affect to a greater extent the way we, as a Bulgarian nation, perceive the world, our beliefs and traditions, i.e. the layers of our culture. Such an example is the European Union. The motto of the EU is "United in diversity", i.e. learn to tolerate the others, not make them live according to some standardized beliefs and creating a unified culture. We are reminded of that slogan daily and the global impact of the EU has increased significantly. From bird's eye view we could see the following picture – the world powers and economic leaders, those are the USA and Europe, are copied all over the world. Even the non-western oriented nations have adopted and continue adopting common understandings and aspects of culture. Among the most evident signs of globalization is the American style of living. The most popular type of clothing today is jeans and it is typically associated with America as it was the Americans who popularized them. But hardly did you know that jeans were "forged from different cultures. They were developed by a German immigrant; their denim comes from the name of the French town where it originated (de Nimes); and "jeans" comes from "Genes," a name used to describe a style of pants inspired by the pants worn by Genoan sailors". [2] This is an evidence of how a common type of clothing having become popular worldwide is in fact a multinational product.



Furthermore, there is another question – now, that we are not globalized yet, there are physical and geographical borders. However, when the world becomes globalized does it necessarily mean that we remove the borders? Today we do not remove geographical borders around countries, simply because these countries cooperate with each other perfectly well either from distance, or representatives travel and meet face to face. The example of the European Union is valid here. Despite the shared values and understandings, each member state has its culture, history, traditions and the like. They do, of course, overlap and look alike but do the members of the EU really want homogeneity when it comes to culture – the deepest roots of what each nation is? The Members of the European Parliament, for example, gather together and make decisions based not on national interests, but on common interest. It is not a coincidence that MEPs are divided in European parties according to shared values, and not according to their national parties. Up to now, this situation has been acceptable and the model of the EU is applied worldwide. As everything else, however, the situation today will not be the same tomorrow and things will change for better or for worse.

This rapid change is inevitable due to the immense development of technology. One change occurs on the one side of the globe and just like an infection it goes everywhere and affects our way of living. Being part of our lives today, technology, although, rather ironically, is a means of spreading cultural information. [3] Due to globalization on the one hand and development of technology on the other hand, the economy nowadays has undergone great changes. Why economy is mentioned one might ask – because it is inevitable. Whatever we do reflects the economy – education, jobs, businesses, government decisions, even culture. Today we speak of informational economy. Today we even speak of a Third World war, although not in the sense of a war per se. We speak of informational mass destruction methods. All the Secret intelligence services are working at a rate no one can even imagine. Everything is known, nothing could be hidden. Despite the fact that everything around us becomes subordinated to one single political, economic or whatever power, culture still finds its way in the form of values, traditions and personal boundaries. It looks like a tiny stem which finds its way through a thick layer of concrete on the highway. Culture today is a need nonetheless the era we live in is money-oriented. The Bulgarian author Aleko Konstantinov has brilliantly said that people need to appreciate values, not value money.

Among the very first examples of fighting against the unification caused by globalization was in 1975 when the French government accepts a series of laws about purism of the French language. According to these laws everyone who uses foreign words in publications and speeches shall be punished and sanctioned. [4] Back then France was already part of the European Economic Community, the predecessor of the European Union, and the values were about heterogeneity. Why France was so afraid of unification, why it was so eager to preserve its nationality and language and were there any signs for future globalization at all? These are questions we could only speculate about today.

In this connection, a debate started from a questionnaire the several weeks ago. One of the questions there was ambiguous. It was the following: “What is the biggest advantage for Bulgaria after joining the EU?” Some of the answers were “travelling and studying abroad, access to the EU funds, access to the internal market”, etc. [5] The debate was about why do we say that we use internal market and in the same time label the other member states as “foreign”, how shall we name the other members of the EU and how to distinguish between them and the third countries and if we call the ones that are alike foreign, then what do we call the real foreigners. Globalization and integration were mentioned several times and I started wondering to what degree exactly these two processes affect my, Bulgarian, culture. Undoubtedly, it does affect us in some celebrations and everyday activities but the main differences come as a consequence from the religion and history and these are two features are hardly changeable. The past experience of a nation shapes the layers of its identity. Once it is formed it is hard to be changed. It is like a building – you need to put

stable foundations in order for the building to be resilient. In order for a nation to be resilient the customs need to be transparent over the centuries of existence. When I, as a Bulgarian student, go on student exchange in Germany, for instance, I will call the natives “foreigners” and they will call me that back. It is possible that we still strongly stick to our own cultures because we are afraid of what globalization would lead to. However, one thing is certain - our thinking will change in a more homogenous direction.

Another example of how globalization process affects the Bulgarian culture is the emancipation of women in society which is a hot topic. Any average woman can easily escape from the family circle and start working wherever and whatever she wants and is qualified for. When communicating with the others it is needless to say that the cultural background is visible. One could easily escape from his/her environment but the environment never escapes from oneself. When born in a traditional family and trying to fit in the new environment, the frustration is great; it is like two eras clash. The moves towards social equality have consequently changed the requirements for the working force – higher education, multidisciplinary, multitasking, self-management, time management and many other multi and self-qualities.

Globalization is one of its kind spill over which has already taken every sphere of our lives. Although we say that this phenomena leads to unification and homogeneity in the long run, the self- words are too many. When sticking to our traditions, we mostly refer to the community system, thus the hierarchical system; but people seem happier when surrounded by others. When the community and the globalized systems clash people are self-oriented, consequently money oriented. Hierarchical system this time is about power and money. Furthermore, power and money are governed by lawful norms. These norms are created by people and people come from certain cultural background. Culture and its layers have always affected the way decisions are made by the political leaders and it could be said that cultural norms are the basis for creating lawful norms. Thus, it could be concluded that to a certain extent it is the culture that affects globalization.

### **CONCLUSIONS AND FUTURE WORK**

After going through aspects like business, economy, geography and politics, it is evident that culture is everywhere. It is what keeps us as a nation and defines the course of our external and internal action, meaning the actions and attitudes towards the foreigners and towards the community. Globalization affects my, Bulgarian, culture as far as the connection with the rest of the world is concerned and even some everyday activities. The deepest roots of my pagan and Christian past are deep in each Bulgarian person, no matter where they are in the world. When one is born with the identity “Bulgarian”, they have it for life. Even Mr. Ignat Kaneff, the richest Bulgarian immigrant, who escaped from his motherland in seek for better life and has lived in Europe and in America for many years is still feeling a Bulgarian. In a recent interview for a national TV channel he said that he is Bulgarian and wherever he has gone, he has never denied that.

Globalization is a very modern issue and even my specialty and courses revolve around this term. Globalization, according to me, does not mean unification anymore, as it was considered some years ago; instead it fits tighter in the context of closeness, brotherhood and cooperation. Globalization leads to more heterogeneity than unification as far as culture is concerned. Although there is not a strict definition, the term is extremely popular today and is used to describe the world today. Despite the fact that there are still places in the world that we know little about, the world is getting closer and closer. To finish, I'd like to give another example with the EU – it is not a coincidence that it is called “an ever closer Union”. Perhaps the EU is not the best example to illustrate globalization today, but it is a small world, placed on just one continent with 28 participants that wish to create something more in the context of a nation state with the means of shared understandings

and values and respect towards otherness. This is how much globalization affects my culture in the 21<sup>st</sup> century.

### References

[1] <http://www.businessdictionary.com/definition/globalization.html>

[2] <http://www.discovery.com/tv-shows/curiosity/topics/big-question-globalization-changing-culture.htm>

[3]

[http://education.nationalgeographic.com/education/encyclopedia/globalization/?ar\\_a=1](http://education.nationalgeographic.com/education/encyclopedia/globalization/?ar_a=1)

[4] Господинова, К., Глобализацията и въздействието и върху националната идентичност, Пловдив, 2005, 53.

[5] Анкетно проучване на Клуб „Европеистика“, 2014 г.

### About the author

Mihaela Nedyalkova, bachelor degree student, Department of European Studies, European and Global Studies; tel: +359 883 68 58 84; e-mail: [mihaelavalentinova@gmail.com](mailto:mihaelavalentinova@gmail.com)

**Докладът е рецензиран.**

## Български пословици и поговорки за ума и глупостта

Автор: Моника Карагенова

Научен ръководител: доц. д-р Румяна Петрова

**Bulgarian Proverbs of Wisdom and Folly:** The paper analyzes the meaning and the moral messages of Bulgarian proverbs about wisdom and folly.

**Key words:** Bulgarian proverbs, linguistic culturology, cultureme

### ВЪВЕДЕНИЕ

В продължение на векове и хилядолетия, пословиците, поговорките, гатанките и благословиите са били и продължават да бъдат ориентир за честен, праведен и достоен живот. Тези народни умотворения са толкова древни, колкото и човешкият род. Това, което прави пословиците и поговорките уникални по своята същност, е съвкупността от мъдрост и житейски опит, концентрирана в тях. Тези текстове са обект на изучаване както от паремииографите (съставителите на различни видове сборници и речници с паремии), така и от паремииолозите (учените, чиито предмет на дейност е този фолклорен жанр). Специалистите назовават пословиците и поговорките накратко с „паремии“ – термин, произлизащ от антична Гърция.

От гледна точка на лингвокултурологията пословицата може да се определи като: „кратък текст с формата на самостоятелно, завършено изречение, което пряко или косвено критикува определена културна същност от житейска практика на един народ и отправя послание (съвет, извод, поука)“ [1]. Според преобладаващия брой изследователи поговорката изпълнява идентична функция, като тази на пословицата, но е с много по-ниска степен на обобщеност. „Поговорката не може да се използва самостоятелно, тъй като е породена от нещо вече споменато в речта. Поговорки са изреченията „Всичко Мара втасала, само се не сресала“, „От два стола, че на земята“, „Присмял се хърбел на шърбел“ и т.н. Трудно можем да си представим тези изречения самостоятелни, вън от конкретен контекст. За разлика от пословицата тя непременно предполага предшестваш текст, на който е продължение, реплика, коментар.“ [2]

Това, което представлява интерес за учените, е фактът, че тези прости, но завършени текстове са успели да се съхранят още от периода на древността до наши дни, като се има предвид липсата на устройства за съхранение на информация, с които разполагаме ние – хората от Третото хилядолетие. Тези поучителни изречения са се предавали от поколение на поколение, от уста на уста, и са съхранени до днес, именно защото са кратки, лесноусвоими и възпроизводими.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

За да се улесни изследването и систематизирането на паремииите, учените са създали универсални системи за тяхното съпоставяне и класифициране. Най-често паремииографите и паремииолозите класифицират паремииите, като ги е групират по някакъв общ признак. За всеки паремииолог или паремииограф тези признаци са различни, тъй като разбиранията и опитът на всеки човек са различни. Но за да се направи подобен тип съпоставяне, изследователят задължително трябва да притежава качества като усет и дългогодишен опит.

Съществуват данни за паремииографски изследвания още от времето на Аристотел и Еразъм, например „Adagia“. [3] С паремии са се занимавали редица гръцки и римски учени в древността. С напредването на цивилизацията, методите на съпоставяне също се развиват и обогатяват. Един от методите, използван през 19. век, е групирането на фолклорните текстове и систематизирането им по теми (напр. „Справедливост и честност“, „Лъжата и неправдата“ и т.н.). Този метод се нарича

тематично съпоставяне. Друг метод за съпоставяне на паремии е логико-семиотичният, създаден и разработен от Григорий Л. Пермяков през 20. Век. Както посочва Р. Петрова в студията си „Културемата – единица за лингвокултурологични съпоставителни изследвания“, „Пермяков въвежда първото структурно определение на пословицата и на останалите паремийни жанрове (поговорки, анекдоти, басни и др.). В епохалния си труд, Пермяков използва огромни масиви от пословични и други паремийни текстове на десетки и дори на стотици езици .... Така той поставя съпоставителната паремиология и паремиография на твърда научна основа.“ [4]

В настоящото изследване ще бъде приложен лингвокултурологичният метод за съпоставяне на пословици на Румяна Петрова, така както е развит в нейната студия „Културемата – единица за лингвокултурологични съпоставителни изследвания“. Лингвокултурологичното съпоставяне е „ориентирано към ценностното значение на всяка една пословица, тъй като ценностният принцип лежи в основата на културата и е абсолютно определящ за нея“. [5] Ценностите са от изключително значение за културата, защото те я изграждат и обогатяват. Самите ценности най-точно определят културата, защото са уникални за всеки народ на планетата. Отделните култури определят като значими и наблюдават върху различни видове ценности.

Една от основните единици при лингвокултурологичното съпоставяне е културемата. Р. Петрова описва културемата като: „единство от културната същност, която дадена пословица коментира и оценката, която ѝ дава чрез посланието си, т. е. дали тя се употребява като утвърждаване на тази същност (например чрез препоръка, одобрение, възхвала и пр.) или обратното – отричане (чрез неодобрение, порицание, осмиване или осъждане)“. [6] От своя страна, културемите могат да бъдат високочестотни и нискочестотни, т. е. „културеми които са представени в голям брой пословици и други, представени в по-малък или незначителен брой. Броят пословици (семантичната плътност) е показател за значимостта на дадена култура, а мястото ѝ в честотния списък – за мястото ѝ в системата от ценности на дадена лингвокултура.“ [7]

В тази работа лингвокултурологичният метод ще се използва, за да се съпостави представителна извадка от паремии от две културемни групи, които са сродни по съдържание, но се различават по своя знак. Това са пословиците и поговорките за присмех и похвала в българския език, които съдържат двете противоположни културеми „простотията, невежеството, глупостта, безумието“(-) и „учението, знанието, умът, мъдростта“(+). Мотивът ни да разгледаме точно тези две групи е тяхното водещо място в йерархичната скала на културемите, представени в наскоро излязлата монография на Р. Петрова „Български паремии за присмех и похвала“ (Русе, 2013г.). В нея обект на описание са българските пословици и поговорки за присмех и похвала, взети в автентичен вид от почти всички най-важни лексикографски източници и сборници с паремии, които са публикувани от около средата на 19. век насам.

В настоящата работа се спираме само на определен процент от общия брой на българските пословици и поговорки в посочените културемни групи, но изводите от тази съпоставка са в голяма степен валидни и приложими и за останалата част от паремии в тях. Ще бъде направен сравнителен анализ на няколко от тях. Първо ще разгледаме групата на осмиващите паремии с отрицателната култура „простотията, невежеството, глупостта, безумието“(-).

За осмиващи Р. Петрова приема пословиците, които съдържат комичен образ. „Осмиващата група паремии представлява своеобразна фолклорна сатира, чийто автор и същевременно обект е самият български народ“. [8] В някои от тях, като стилистичен похват се среща сравнението. Такава е пословицата „Челяк без книга, дърво недодялано“, която означава, че неученият, глупав човек не би могъл да бъде пълноценен, както и недодяланото дърво (непълноценен като недодяланото дърво).

Друг пример е „Неписмен човек – несолена пастърма“. Тук също е използвано сравнението, че човек, който не се учи и не обогатява знанията си, е като несолената пастърма – не трае дълго, т.е. когато човек не полага усилия да се учи, рано или късно той ще изгуби своята роля в обществото, защото не би могъл да се справи нито с поставените задачи, нито с житейските проблеми. С една дума, отново бихме могли да кажем – непълноценен. От друга страна, в групата на пословиците с положителната култура „учението, знанието, умът, мъдростта“(+), умният и начетен човек е даден за пример на останалите. Например: „Който знае книга, той има четири очи“. В тази пословица посланието е лесно доловимо – този, който е прочел много книги, знае повече и би могъл по-лесно да се справи в дадена ситуация. Тази пословица се противопоставя на гореспомнатата „Челяк без книга, дърво недодялано“. В групата на пословиците с положителна култура също е използвано сравнението – „Учен човек, дялан камък, на коше се туря“. Значението на тази пословица е, че с умния човек е много по-лесно да се работи и че той би могъл да се постави във всяка една ситуация и въпреки това да устои на трудностите, подобно на дялания камък, който държи зида. В групата на пословиците с положителната култура „учението, знанието, умът, мъдростта“(+), учението освен като начин за трупане на знания и опит е представено и като начин за придобиване на материално богатство. Пословицата „Здраво учил, та много спечелил“ доказва твърдението, че когато човек има познания, той много лесно би могъл да ги използва в своята работа и да ги превърне в материална печалба. Но, ако човек не е учил достатъчно и няма необходимите знания, той много трудно ще успее да се справи с поставените му задачи. Пословицата „Глух от гайда не разбира“, която е в групата на осмиващата култура „простотията, невежеството, глупостта, безумието“(-), олицетворява същото твърдение. Така, както глухият не може да чуе мелодията, която свири гайдата, така и неученият човек не може да постигне големи успехи без необходимите знания. И в двете културемни групи съществуват примери, които доказват становището, че умният човек е в състояние да победи с ума си дори и физически по-силния от него и че колкото и да е силен човек физически, силата на човешкия ум е в състояние да победи. В групата на положителната култура „учението, знанието, умът, мъдростта“(+), такъв пример е пословицата „Силният с тялото си побеждава един, а с ума си хиляда“. Съответно пословицата „Бой има, акъл няма“, която означава, че физическата сила не е достатъчна ако човек не е учен, е пример от групата на отрицателните култури. Съществуват и няколко примера сред паремите от групата на положителната култура „учението, знанието, умът, мъдростта“(+), които подчертават значимостта на ума и знанието и ги определят като по-ценни от богатството, красотата и някои човешки качества. В пословицата „Умната жена чини повече от елмаз“ умът и знанието са съпоставени с елмаза, който е символ на красота, изящество, богатството и лукс, т.е. умът е по-ценен и по-важен от материалните блага. Пример за това, че знанието е по-ценно от физическата красота, е пословицата „Не хвали ми хубост, а ум“. Значението на пословицата „Всички хора са хора, ама умните са по-хора“ е, че мъдрите и начетени хора са по-достойни и допринасят повече за моралното израстване на обществото, както и че са по-ценни от останалите хора. Тази пословица също е един от примерите в положителната културемна група за значимостта на ума, знанието и мъдростта.

От направения анализ се очертават следните посланията, които отправят тези няколко примера:

- ✓ Да се научи човек да различава умните от глупавите хора;
- ✓ Да предпочита дружбата с умните хора, независимо от това, какви са обстоятелствата;
- ✓ Да обръща особено внимание на поведението си, за да не се държи като глупав човек;

- ✓ Да се възпита у човека стремеж към наука, знание и мъдрост;
- ✓ Да се научи човек да цени ума повече от богатството и красотата;

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пословиците и поговорките са особено важни не само за всеки отделен човек, но и за обществото като цяло. Именно в посланията им се съдържа богатството от житейски опит и мъдрост, което ги прави „живи“ и изключително полезни. Резултатите от сравнителния анализ в един по-обобщен план представят ясно посланията, които гореспоменатите паремии носят, а именно:

- ❖ да се изгради умението у човека да различава добрите и стойностни дела от лошите;
- ❖ да се научи човекът, кое е по-важно в живота и кое не би му послужило в неговия житейски път;
- ❖ да се стреми към достоен живот;
- ❖ да цени добродетелите и да избягва пороците, лошите постъпки и нечестността.

Пословиците носят изключително разнообразни послания и могат да се тълкуват по различни начини. В това е тяхната уникалност: съвкупността от хиляди повтарящи се, типични ситуации, изразени в едно единствено изречение, което носи безброй изводи, от които човек сам избира кой ще му послужи.

### ЛИТЕРАТУРА

[1] Петрова, Р. Български паремии за присмех и похвала. Лингвокултурно изследване (скала на културемите). Русе: Издателски център при Русенски университет „Ангел Кънчев“, 2013, стр. 21-22.

[2] Петрова, Р., 2013, цит. съч., стр. 22.

[3] Рыбникова, М. - В: Словари, <http://slovari.yandex.ru/>. (20 април 2014).

[4] Петрова, Р. Културемата – единица за лингвокултурологични съпоставителни изследвания. - В: В огледалото на езика и културата. Р. Русев и др. (ред.). Русе: „Лени-Ан“, 2007; електронна публикация: <http://lingvocult.uni-ruse.bg>, стр. 4.

[5] Петрова, Р., 2007, цит. съч., стр. 5-6.

[6] Петрова, Р., 2007, цит. съч., стр. 7.

[7] Петрова, Р., 2007, цит. съч., стр. 7.

[8] Петрова, Р. Български паремии за присмех и похвала. Лингвокултурно изследване (скала на културемите). Русе: Издателски център при Русенски университет „Ангел Кънчев“, 2013, стр. 45.

### За контакти:

Моника Карагенова, ФБМ, сп. "Европеистика и глобалистика", РУ "Ангел Кънчев", e-mail: [moni.karagenova@gmail.com](mailto:moni.karagenova@gmail.com)

**Докладът е рецензиран.**

## Основни компетенции за успешни презентационни умения в делова среда

Автор: Христо Христов

Научен ръководител: доц. д-р Юлияна Попова

***Basic competences for successful presentation skills in a business environment:** The paper describes the basic principles of how a business presentation should be prepared as well as the etiquette of the business environment. The required behavior of a business presenter is explained in details. The purpose of the paper is to educate and enhance one's self confidence and ability to present, to increase the success rate and clarity of one's presentation.*

**Key words:** Presentation skills, Business presentation, Business environment, Business etiquette

### ВЪВЕДЕНИЕ

Един от основните въпроси в бизнес комуникацията са устните комуникативни умения и, по-конкретно, презентационните умения на работещите. В съвременния глобализиран свят ефективната устна комуникация е от първостепенна важност за успехите на една компания. Целта на този доклад е да представи основните изисквания към презентаторите в делова среда и каква подготовка трябва да предприеме говорещият за осъществяване на успешна презентация.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Съществуват различни видове презентации според целта на задачата им – да образоват, да предложат решение, да наложат идея, да създадат стратегия, да представят компания, да докладват резултати и др. Подготовката на презентация в делова среда преминава през 5 етапа – *определяне на целта ѝ, планиране на структурата и времетраенето, подготовка на информацията, релетиция, готовност.*

Преди началото на подготовката трябва да се отчетат следните въпроси, отнасящи се до целта на презентацията: какъв е служебният статус на аудиторията, нейната възраст, пол, религиозна принадлежност, националност, езикова компетентност, размер на помещението, наличие на компютър, озвучителна техника и прожекционен апарат, степен на важност на презентацията. Тези характеристики са от изключителна роля за определянето на подходящ подход при презентиране.

Друг аспект на подготовката е времетраенето на презентацията, което трябва да е съобразено с конкретните изисквания. Въз основа на него структура на презентацията може да се състои от следните компоненти:

- въведение и цели (10% от времето) – началото на дадена презентация е може би най-важния елемент. Това е момента, в който презентатора разкрива на публиката целта на работата му, която трябва да е заявена ясно и конкретно;
- представяне на основните аргументи (20% от времето) – тук се представят основните въпроси, засегнати в презентацията, включва се запознаване на публиката с естеството на темата;
- аргументиране (40% от времето) – доказват се основните аргументи, поднасяйки информацията кратко, точно и ясно, за да се затвърди основната идея;
- кратко резюме на основните аргументи (20% от времето) – тук накратко се преговарят основните аргументи и изводите, до които се е стигнало чрез аргументативната част;



- заключение (10% от времето) – това е обобщение на представените становища. Също толкова важен момент, колкото въведението, заключението прави извод въз основа на аргументите.
- Презентацията завършва с кратки благодарности към публиката.

Следва подготовка на самата информация. Информацията, която презентатора притежава и неговото виждане относно проблема се използват като основа, допълвана от доказателства от различни източници. Готовият продукт трябва да бъде логически подреден, за да може публиката лесно да проследи презентацията и да получи точните изводи, които тя защитава. Публиката губи интерес, ако информацията е неподредена и трудна за проследяване и ако има грешки в структурата.

След намиране на основната цел, структуриране и подготовка на информацията, идва ред на най-важната част от алгоритъма за подготвянето на една успешна презентация – репетирането и предговора. Нужна е проверка на записаната информация - ясна ли е идеята, съществува ли логическа последователност между различните аргументи, достатъчна ли е информацията, структурирана ли е правилно и др. Репетирането на презентацията е от първостепенна важност като последен етап от подготовката. Пред огледало, домашна камера или импровизирана публика са някои от вариантите, усъвършенстващи дикцията, увереността и самочувствието на презентатора.

Съществуват и други фактори, които също определят успеха на дадена презентация. Публиката играе важна роля, предвид факта, че всичко изготвено до този момент е с ясна цел за връзка между презентатор и дадена аудитория. Съществуват различни видове публика:

- висшестоящи – този вид публика се нуждае от стегната, точна, ясна и подготвена презентация. Важен е формалния език и прецизност на изказа.
- колеги – хора на нивото на презентатора, може би най-трудният вид публика. Нужна е добра подготовка и солидни доказателства за всеки аргумент, тъй като публиката във всеки един момент би могла да не гласува съгласие на презентатора.
- екип – група, не толкова нуждаеща се от формалност, колкото останалите групи. Приложим е неформален, точен и дори забавен начин за представяне.
- смесена публика – публика, за която презентатора не е наясно относно тяхната информираност и заинтересованост от към идеята на презентацията. Приложими са точност и яснота, създаване на чувство за обща цел и различни гледни точки.

Отлично подготвената презентация се нуждае от отличен презентатор - човек, който да подбира добре своите думи за конкретната ситуация. Талантливият говорител дава точни и ясни примери, които улесняват разбирането на проблема, като знае колко точно да дозира специализирана терминология в речта си. Тъй като аудиторията може да не е на нивото на презентацията, използването на жаргони и диалекти също биха затруднили комуникацията. Думи с неясен произход, паразитни думи, прекалено много и дълги паузи, неясен говор, употребата на думи, чието значение не се знае добре, трябва да бъдат избягвани. В ситуация на несигурност обаче понякога паузата или поемането на дълбок дъх спестяват неудобството.

По отношение на визуалния аспект на презентация, първото впечатление винаги е най-важно. Това се отнася както за презентатора, така и за помощни материали към работата му (презентационен софтуер, таблици, снимки и др.) Още преди началото на презентацията, публиката вече има наблюдения и идея за това, което предстои, основавайки се на външния вид на презентатора. Важен е правилния подбор от дрехи

- облеклото да е удобно, но и делово едновременно, за да бъде адекватно на бизнес средата, а от друга страна да не предизвиква физически неудобства у говорещия и да го разсейва. Какъвто и да е изборът на презентатора, вежливостта е на първо място, а кратка проверка на облеклото пред огледало би спестила бъдещи неудобства.

Друго качество на презентатора е гласът. Нужната сила на гласа трябва да бъде определена според размерите на мястото, където се провежда презентацията. Тонът не трябва да е монотонен, а съобразен според различните моменти в презентацията. Скоростта на говорене на презентатора би помогнала на публиката за по-ясното разбиране на материала. Нужно е правилно и спокойно дишане.

Езикът на тялото има силата да въздейства на всяка аудитория. Презентаторът трябва да е изправен, да излъчва достатъчно увереност. Излишните движения трябва да бъдат сведени до минимум, тъй като са ненужни и единствено биха разсеяли публиката. Жестикулирането от своя страна е нещо полезно и натурално, но също трябва да бъде максимално изчистено. Лицевите изражения на презентатора, в повечето случаи се приемат и повтарят от дадена аудитория. Ведрото изражение и усмивка разпускат и улесняват процеса на представяне.

Последният елемент от подготовката е съставянето на личните бележки. Това могат да бъдат малки картончета с ключови думи, улесняващи процеса да представяне. Лесен начин за избиране на точните подсказки е правилната репетиция, спомагаща на презентатора да набележи точните места, които биха го затруднили. Визуалните способности в една презентация като снимки, графики и аудио, биха спомогнали за по-лесно и точно усвояване на информацията. Преди всичко, важно е презентатора да бъде подготвен и да има знанието до какви уреди ще има достъп (бяла дъска, фотопроектор и др.)

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Правилния подход към една презентация се състои от множество определящи фактори. Набелязването на цел, планирането на изказа, подготовката и структурирането на информацията, репетирането и самоусъвършенстването са важни стъпки към успешната комуникация между презентатора и публиката. Опитът играе определяща роля и може да бъде изграден единствено чрез труд, отдаденост и много практика в областта на устната комуникация в делова среда.

## **ЛИТЕРАТУРА**

[1] Ludlow, R., F. Pantone. The Essence of Effective Communication. Prentice Hall International. 1992: p. 53-70.

[2] <http://www.free-management-ebooks.com>

## **За контакти:**

Христо Руменов Христов, Европеистика и многостепенно управление, 3ти курс, Русенски университет „Ангел Кънчев“, 0889034016, [itsohristow@abv.bg](mailto:itsohristow@abv.bg)

**Докладът е рецензиран.**

**РУСЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ  
“АНГЕЛ КЪНЧЕВ”**



# **СТУДЕНТСКА НАУЧНА СЕСИЯ СНС'15**

# **П О К А Н А**

**Русе, ул. "Студентска" 8  
Русенски университет  
"Ангел Кънчев"**

**Факултет „Бизнес и мениджмънт“**

**СБОРНИК ДОКЛАДИ  
на  
СТУДЕНТСКА НАУЧНА СЕСИЯ – СНС'14**

Под общата редакция на:  
**докт. Елизар Станев**

Отговорен редактор:  
**проф. д-р Ангел Сфрикаров**

Народност българска  
Първо издание

Формат: А5  
Коли: 6.25  
Тираж: 20 бр.

ISSN 1311-3321

**ИЗДАТЕЛСКИ ЦЕНТЪР**  
на Русенския университет “Ангел Кънчев”