ГОДИШНИК
НА
МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ
“СВ. ИВАН РИЛСКИ” - СОФИЯ

Том 56
СВИТЪК IV: ХУМАНИТАРНИ И СТОПАНСКИ НАУКИ

ANNUAL
OF
UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY
“ST. IVAN RILSKI” – SOFIA

Volume 56
PART IV: HUMANITARIAN SCIENCES AND ECONOMICS

Издателска къща “Св. Иван Рилски”
Publishing House “St. Ivan Rilski”
София, 2013
Sofia, 2013

ISSN 1312-1820

РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ

доц. д-р Павел Павлов–главен редактор
доц. д-р Диана Дечева – зам. главен редактор
доц. д-р Десислава Костова – председател на редакционен съвет
доц. дгн Руслан И. Костов – председател на редакционен съвет
проф. д-р Венцислав Иванов – председател на редакционен съвет
доц. д-р Вяра Пожидаева – председател на редакционен съвет
Александрина Пачалова – секретар

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ
на Свитък IV: Хуманитарни и стопански науки

доц. д-р Десислава Костова – председател
проф. д-р Валентин Велев
проф. дфн Добрин Тодоров
ст.пр. Венета Ангелова
гл.ас. Моника Христова

С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е

ХУМАНИТАРНИ И СОЦИАЛНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ

Женя Стефанова	Политическа агитация, политическа реклама и търговско слово според изборния кодекс и закона за радиото и телевизията	**5**

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Веселин Митев **Десислава Костова**	Българската минна индустрия през 2012 г. – перспективи, очаквания и прогнози	**14**
Митко Димов	Управленски аспекти на интегрирания риск в миннодобивната промишленост	**19**
Десислава Костова	Влияние на управленската бизнес стратегия върху иновационния климат в компанията	**28**
Емил Димов	Обзор на данъчната система на България - състояние и необходими промени	**31**
Габриела Сидерова	Конкурентоспособност на българската добивна промишленост	**36**
Весела Петрова	Анализ на дейността на заинтересованите страни в контекста на корпоративната социална отговорност	**39**
Весела Петрова **Цветинка Христова** **Юлия Атанасова** **Десислава Костова** **Валентин Велев**	Стандартизация в областта на корпоративната социална отговорност	**43**
Юри Иванов **Валентин Велев**	Някои противоречия свързани с правата на потребителите при битовото водоснабдяване в условията на естествен монопол	**48**
Атанас Близнаков **Десислава Костова**	Управление на риска от природни бедствия	**53**
Златин Сърпстов	Практически приложим модел с използване на реални опции за оценяване на нетъргувани активи в добивната индустрия	**57**

ТРАДИЦИИ И ИНОВАЦИИ В ОБУЧЕНИЕТО

Юлия Илчева	Сугестопедията като съчетание от традиции и иновация в обучението по физика	**66**
Юлия Илчева **Мина Вълкова** **Християна Стоянова**	Ролята на фирмата в обучението на работното място	**72**
Юлия Костадинова	Преподаване на английски език в българските технически университети	**78**
Ваня Цолова **Йордан Иванов**	Усъвършенстване на учебния процес по физическо възпитание и спорт във висшите училища	**81**
Методи Маждраков **Николай Николов** **Добриян Бенов**	Отношението наука-практика	**85**

C O N T E N T S

HUMANITARIAN AND SOCIAL INVESTIGATIONS

Zhenia Stefanova	Political agitation, political advertising and commercial speech according to the election code and the radio and television broadcasting act	**5**

ECONOMICS AND MANAGEMENT

Veselin Mitev **Dessislava Kostova**	Bulgarian mining industry in 2012 - perspectives, expectations and prognosis	**14**
Mitko Dimov	Managerial aspects of the integrated risk in the mining industry	**19**
Desislava Kostova	Influence of managing strategy on company innovation climate	**28**
Emil Dimov	Overview of the tax system in Bulgaria - state and necessary changes to be made	**31**
Gabriela Siderova	Competitiveness of the bulgarian mining industry	**36**
Vessela Petrova	Stakeholder's activity analysis in the context of corporate social responsibility	**39**
Vessela Petrova **Tsvetinka Hristova** **Julia Atanasova** **Desislava Kostova** **Valentin Velev**	Standardization in the field of corporate social responsibility	**43**
Yuri Ivanov **Valentin Velev**	Some controversy related to the rights of consumers in domestic water supply in a natural monopoly situation	**48**
Atanas Bliznakov **Desislava Kostova**	Risk management from natural disasters	**53**
Zlatin Sarastov	A practical real options model for valuing non-traded natural resource assets	**57**

TRADITIONS AND INNOVATIONS IN EDUCATION

Julia Ilcheva	Suggestopedia as a combination of traditions and innovations in the training of physics	**66**
Julia Ilcheva **Mina Valkova** **Hristiyana Stoyanova**	The role of the company in the training in the workplace	**72**
Yuliya Kostadinova	Teaching english at the Bulgarian technical universities	**78**
Vania Tzolova **Jordan Ivanov**	Improvement of physical education and sport studing process in universities	**81**
Metodi Mazhdrakov **Nikolai Nikolov** **Dobriyan Benov**	Relationship science-practice	**85**

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

ПОЛИТИЧЕСКА АГИТАЦИЯ, ПОЛИТИЧЕСКА РЕКЛАМА И ТЪРГОВСКО СЛОВО СПОРЕД ИЗБОРНИЯ КОДЕКС И ЗАКОНА ЗА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА

Женя Стефанова

Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: zhenia_st@abv.bg

РЕЗЮМЕ. Политическата агитация, политическата реклама и търговското слово са явления, с важно обществено значение, които макар и да притежават известно сходство, имат самостоятелно битие и се нуждаят от самостоятелна правна уредба. Понятието „политическа реклама" не е легално понятие и няма изрична правна регламентация. Законът за радиото и телевизията се фокусира върху търговското слово. Изборният кодекс въвежда правен режим относно политическата агитация. От къде започва политическата агитация и кога прераства в политическа реклама и има ли допирни точки с търговското слово? Настоящото изследване си поставя за цел да представи спецификите на трите явления в контекста на Изборния кодекс и Закона за радиото и телевизията.

POLITICAL AGITATION, POLITICAL ADVERTISING AND COMMERCIAL SPEECH ACCORDING TO THE ELECTION CODE AND THE RADIO AND TELEVISION BROADCASTING ACT

Zhenia Stefanova
University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, e-mail: zhenia_st@abv.bg

ABSTRACT. Political agitation, political advertising and commercial speech are phenomena of important public interest, which despite having some similarities, have independent existence and require separate legislation. The term "political advertising" is not a legal term and has no explicit legal regulation. The Radio and Television Act focuses on commercial speech. Election Code establishes a legal regime on political agitation. From where it begins and when political agitation grows in political advertising and does it overlap with commercial speech in some aspects? This study aims to present the specifics of the three phenomena in the context of the Election Code and the Radio and Television Act.

Въведение

Правният режим на предизборната агитация е регламентиран в Изборния кодекс на Република България (ИК), където се съдържат правилата за политическата агитация, осъществявана в печатните и електронни медии по време на избори. Търговското слово в линейните медийни услуги (радиото и телевизията), от друга страна, е обект на правна уредба в Закона за радиото и телевизията. Между агитацията за политическа кауза и популяризирането на търговска дейност има прилика с оглед на средствата за постигане на желания ефект. Въпреки това, целта, която се преследва, и обекта на регулираните правоотношения са различни, поради което правният режим на търговското слово не следва да се прилага директно, нито по аналогия, към политическата (в това число и към предизборната) агитация.

Настощото изследване си поставя за цел да представи спецификите на политическата агитация, политическата реклама и търговското слово в контекста на Изборния кодекс и Закона за радиото и телевизията, за да открои техните различия и необходимостта от самостоятелна правна уредба.

Терминологични лабиринти

Понятието „политическа реклама" не е легално понятие и няма изрична правна регламентация. Законът за радиото и телевизията се фокусира върху търговското слово. Изборният кодекс въвежда правен режим относно предизборната агитация, която е частен случаи на политическата агитация. От къде започва политическата агитация и кога прераства в политическа реклама и има ли допирни точки с търговското слово?

Терминологично българското законодателство не познава понятието „политическа реклама". Въпреки това, понятието е познато и се използва широко в публичното говорене – често като антипод на търговското слово. Политическата реклама, разбирана в най-широк смисъл, като популяризиране на политическа кауза или идея, и като правно явление, което се различава от търговското слово по ЗРТ, вече е била предмет на анализ от автора (Стефанова, 2010), затова фокусът на настощото изследване ще бъде политическата агитация в проявлението й на предизборна агитация.

Във връзка с изборите за Европейски парламент 2009 Съветът за електронни медии (СЕМ) приема становище, с което на практика разграничава политическата реклама от

търговското слово. Според чл. 10 от Становището на регулатора от 18 Май 2009 г. „по време на предизборната кампания радио- и телевизионните оператори трябва да обособяват *платената политическа реклама* в отделни рекламни блокове, различни от рекламните блокове, които съдържат търговска реклама, със съответните обозначения. **Ограниченията в обема рекламно време, който имат право да излъчват операторите съгласно разпоредбата на чл.86, ал.1 и ал.4 от ЗРТ (отм., нов текст – 89, ал. 1), се отнася единствено до търговската реклама. В това ограничение не попада политическата реклама."** Становището е вътрешно противоречиво и в разрез със законовите разпоредби. От една страна, СЕМ твърди, че политическата реклама се регулира от правилата на търговското слово, а от друга страна – че част от разпоредбите, регулиращи търговското слово не бива да се прилагат към политическата реклама.

През 2010 г. БНР и БНТ отказват да излъчат клип на БСП за Първомайски протестен митинг. Аргументът на БНР, който беше посочен, е че клипът представлява политическа реклама, а българското законодателство не позволява такава, освен в рамките на предизборна кампания (http://dariknews.bg/view_article.php?article_id=520875). Агрументите на БНТ за отказ са с авторско-правен характер.

В последните няколко години в публичното пространство, най-вече от редиците на Регулатора, се лансира тезата, че съществуват две отделни явления: политическа агитация и политическа реклама, които имат свои специфики и са обект на различен правен режим.

В рамките на рекламния форум Медиамикс - юни 2011 г. в презентация на Румян Петров, директор на дирекция "Мониторинг" в СЕМ и ст. експертът Даниела Жукова е посочено, че агитационните клипове носят белезите на реклама и спрмо тях следва да се прилагат правилата на търговското слово по ЗРТ (*www.cem.bg/download.php?id=3133*, с. 5). Според експертите на СЕМ правилата за търговската реклама би следвало да се прилагат не само по отношение на предизборните клипове, но и спрямо предизборните хроники.

По повод на президентските избори през 2011 г. позицията на Съветът за електронни медии се официализира чрез прессъобщение от 28.09.2011 г., публикувано на страницата на регулатора (www.cem.bg). В прессъобщението се казва, че СЕМ ще разграничава политическата реклама от другите форми на предизборна агитация. Под политическа реклама регулаторът ще разбира рекламни спотове/клипове, създадени специално за целите на предизборната кампания, които кумулативно съдържат следните индикации**:**

1. Ясно обозначение, отделящо ги от другото програмно съдържание;
2. Предупредителен надпис за инкриминирането на купуването и продаването на гласове;
3. Директно рекламно предизборно послание (вкл. негативно) – призив за (не)гласуване/слоган
4. Номер на бюлетина/име на кандидати.

От прессъобщението става ясно, че представителите на Асоциация на българските радио- и телевизионни оператори (АБРО) не приемат подобно тълкувание и че след дискусия страните са постигнали консенсус за изпращане на запитване до Комисията по правни въпроси и да се потърси тълкувателно мнение от Комисията по правни въпроси към Народното събрание.

От доклада на дирекция „Мониторинг" на СЕМ по повод изборите през за Президент и Вицепрезидент и общински съветници и кметове през 2011 г. (*www.cem.bg/download.php?id=3390*) е видно, че експертите от дирекция „Мониторинг" включват агитационните клипове при изчисляването на 12 минути реклама на час (с.4 от доклада), както и че следят за нарушения на ЗРТ, отнасящи се до съдържанието на предизборната тематика (с.5 от доклада).

От протокол № 45/04.10.2011 г. на СЕМ става ясно, че Регулаторът е отправил запитване до Председателя на Правната комисия на Народното събрание за разясняване дали предизборните клипове са рекламни клипове и в този смисъл са част от рекламното време по смисъла на ЗРТ. Позицията на Председателя на Правната комисия е, че цялата предизборна агитация (включително и клиповете) нямат нищо общо с рекламата и това е така, защото в Избирателния кодекс те са изброени като форми на предизборна агитация, а не на реклама. Посочва се, че дефинициите в ЗРТ са насочени към търговската реклама и не бива да бъдат тълкувани разширително. Въпреки това, от цитирания протокол разбираме, че СЕМ ще се обърне и към Сметната палата за тълкувание. От окончателния доклад за мониторинга на избори 2011 г., стр. 34, публикуван на официалната интернет страница на СЕМ, става ясно, че Сметната палата подкрепя разбирането на АБРО, а СЕМ уведомява Комисията по правни въпроси, че ще приеме общото тълкувание и моли Комисията да бъде уведомен, ако Комисията е на различно мнение.

В предсрочните избори за народни представители от май 2013 г. отново се сблъскахме с познатите разминавания в тълкуването. В прессъобщение от 11.04.2013 г. Регулаторът оповести, че участието на кандидатите за народни представители в развлекателни предавания, филми и сериали, носи риск от предизборна агитация и неравнопоставеност между кандидатите." Според СЕМ „устойчива европейска практика и професионален стандарт в политическото съревнование между участниците в изборите е да не се използват развлекателните жанрове и форми в полза на когото и да е от тях, защото водят до скрити предизборни внушения, особено ако "героят" буди симпатии в аудиторията. Те затрудняват публиката да разграничи дали става дума за индиректна политическа агитация, политическо позициониране или за обосновано драматургично участие."

Позицията на СЕМ е твърде крайна, но по лошото е, че не почива на закона. По-надолу ще бъде анализирано понятието за агитация, от което ще стане ясна неоснователността са тезите, изложени от Регулатора.

Предизборна кампания и предизборна агитация

Предизборна кампания

Предизборната кампания е регламентирана в Глава Осма от Изборния кодекс (ИК). Глава Осма се състои от шест раздела: Раздел I „Откриване на предизборната кампания", Раздел II „Достъп до информация", Раздел III „Предизборна агитация", Раздел IV, Резултати от допитвания. Социологически проучвания", Раздел V "Предизборна кампания", Раздел VI „Финансиране на предизборната кампания".

Понятието „предизборна кампания" не е легално понятие. Въпреки това от анализа на разпоредбите на чл. 128 от ИК във връзка с чл. 135 от ИК следва, че предизборната кампания е период 30 календарни дни преди изборния ден, в който регистрираните за участие партии, коалиции от партии и инициативни комитети отправят своите агитационни послания в подкрепа на издигнатите от тях кандидати, при условията на ИК. От законово определените 30 календарни дни следва да се изключи деня за размисъл, въведен с чл. 133, ал. 6 от ИК, според който - не се допуска предизборна агитация 24 часа преди изборния ден и в изборния ден. Началният и краен момент на предизборната кампания се определят от ЦИК с решение. За предсрочните избори през пролетта на 2013 г. в решение № 2362-НС/ 03.04.2013 на ЦИК е посочено, че предизборната кампания в програмите на радио- и телевизионните оператори започва на 12 април 2013 г. и приключва в 24,00 часа на 10 май 2013 г., т.е. състои се от 29 календарни дни на предизборна агитация и не включва деня за размисъл. Решението на ЦИК на практика намалява законово определения размер на предизборната кампания с един календарен ден. Различни тълкувания породи и разпоредбата относно началото на деня за размисъл. ИК ясно посочва, че изборният ден започва от 07.00 ч. При условие, че денят за размисъл е 24 ч. преди изборния ден, то отброяването на старта на т.нар. „ден за размисъл" би следвало да започне от старта на изборния ден, т.е от 07.00 ч. в деня на изборите.

Агитация и агитационни материали

Понятието „агитация" има легална дефиниция. Според §1, т. 21 от ДР на ИК "агитация" е *призив за подкрепа* за определено лице, партия или коалиция от партии при участие в избори. Отличителният белег на агитацията се състои именно в призива за подкрепа за определен участник в изборите. Без призив няма агитация. В допълнение към това, в изречение „второ" от цитираната разпоредба законодателят е посочил, че „наименованието и символите на партия и коалиция от партии, поставени върху предмети, в *които не се съдържа призив за подкрепа*, не се смятат за агитация по смисъла на този кодекс".

Изискванията към агитационните материали са регламентирани основно в чл. 130, чл. 133 и чл. 134 от ИК. Те са в няколко посоки:

Първо, не се допуска анонимност на авторството, нито анонимност при издаването и разпространението на агитационните материали. Разпоредбата на чл. 130 от ИК забранява публикуването и излъчването на анонимни материали, свързани с предизборната кампания. В чл. 134 от ИК е предвидено, че агитационните материали се изготвят и разпространяват от кандидатите, партиите, коалициите от партии и инициативните комитети. На всеки агитационен материал задължително се отбелязва от чие име се издава.

Второ, посочват се, но само като примерно изброяване основните форми на агитационни материали: плакати, реклами, обръщения и др. Не е реалистично агитирането да се заключи в точни и конкретни форми. Разпоредбата следва да се тълкува във връзка с прогласената в чл. 133 от ИК *свободата на изразяване и агитация* на гражданите, партиите, коалициите от партии, инициативните комитети, кандидатите и застъпниците - в устна и писмена форма *на предизборни събрания*, както и чрез доставчиците на медийни услуги.

Трето, всички агитационни материали трябва да съдържат предупреждение, че купуването и продаването на гласове е престъпление (чл. 134, ал. 2 от ИК), като информацията трябва да заема не по-малко от 10 на сто от лицевата площ на агитационния материал и да е разположена в обособено поле. В аудио- и аудио-визуалните материали тази информация се съдържа като недвусмислено и разбираемо послание.

Четвърто, въвеждат се правила относно физическото разполагане на агитационните материали – чл. 134, ал. 3-9 от ИК. Агитационните материали се поставят на определени от кмета места, а на сгради, огради и витрини - с разрешение на собственика или управителя на имота.Забранява се използването на държавния и общинския транспорт за предизборна агитация. Забранява се унищожаването и заличаването на агитационни материали, поставени по определения в този кодекс ред, до края на изборния ден. Забранява се използването на агитационни материали, които застрашават живота и здравето на гражданите, частната, общинската и държавната собственост и безопасността на движението и др.

Пето, забранява се използването на агитационни материали, които застрашават, които *накърняват добрите нрави, честта и доброто име на кандидатите* (чл. 134, ал. 4 от ИК). В допълнение към това,регламентира се ускорена процедура за упражняване на правото на отговор, като се отчита вида на медията, от която е разпространен оспорвания материал. Според чл. 131 от ИК доставчик на медийна услуга, с изключение на електронните медии, публикувал материал, накърняващ правата и доброто име на кандидат или на лице, което представлява партията, коалицията от партии или инициативния комитет, е длъжен незабавно след получаването на отговор да го публикува. Публикуването на отговора става на същото място, със същия размер, вид и формат шрифт и без коментар. Отговорът се публикува безплатно до обема на материала, на който отговаря. Според чл. 132 от ИК, когато е излъчено предаване, накърняващо правата и доброто име на кандидат или на лице, което представлява партията, коалицията от партии или инициативния комитет, то има право на отговор при условията на чл. 18 от Закона за радиото и телевизията. Искането до съответния радио- или телевизионен

оператор може да се направи в срок до 24 часа след излъчване на предаването. Отговорът се излъчва без коментар. Съпоставката със ЗРТ показва, че различието се състои в краткия срок, в който може да се отправи искането и да се депозира отговора – 24 часа след излъчване на предаването.

Шесто, не се допуска предизборна агитация в държавните и общинските учреждения и институции. Лицата на изборна длъжност в синдикалните и работодателските организации не могат да провеждат предизборна агитация на работните си места.

Денят за размисъл

Разпоредбата на чл. 133, ал. 6 въвежда т. нар. „ден за размисъл" – текстът на разпоредбата предвижда, че не се допуска предизборна агитация 24 часа преди изборния ден и в изборния ден. Възложна ли е предизборна агитация извън предизборната кампания? Чл. 128 от ИК определя времевите граници на предизборната кампания. В допълнение към това, чл. 135, ал. 1 от ИК забранява поставянето на предизборни агитационни материали *извън предизборната кампания* по републиканската пътна мрежа и общинските пътища. Тълкуването на разпоредбите в цялост и във взаимовръзка е основание да се заключи, че предизборната кампания извън определените времеви граници е недопустима. В деня за размисъл и в изборния ден се забранява оповестяването на резултати под каквато и да е форма от допитвания до общественото мнение по повод на изборите (чл. 136 от ИК).

Предизборна кампания в медиите

Раздел V от ИК е посветен на предизборната кампания, провеждана в медиите, които са предпочитан комуникационен канал за агитация. В §1, т. 19 от ДР на ИК се съдържа дефиниция за "медийна услуга" – това е *създаването и разпространението на информация и съдържание, предназначени за значителна част от аудиторията и с ясно въздействие върху нея, независимо от средствата и технологията, използвани за предаването им.* Медийни услуги са: а) печатните медии (вестници, списания и други периодични издания); б) медии, разпространявани чрез електронни съобщителни мрежи, като: аа) електронни медии (лицензирани или регистрирани доставчици за аудио-визуални медийни услуги или радиоуслуги); бб) онлайн новинарски услуги (електронни издания на вестници, списания, информационни агенции и други електронни издания). *Не са медийни услуги социалните мрежи (фейсбук, туитър и други подобни) и личните блогове.* В § 1, т. 20 от ДР на ИК "доставчик на медийна услуга" е физическо лице - едноличен търговец, или *юридическо лице, което носи редакционна отговорност за избора на съдържанието на медийната услуга и определя начина, по който тя е организирана. Редакционна отговорност е упражняването на ефективен контрол върху съдържанието, програмните схеми и каталога на предоставяните услуги.*

От разпоредбите на § 1, т. 19 – 20 от ДР на ИК става ясно, че ИК се прилага за традиционните печатни медии, радио и телевизионните оператори и онлайн новинарските услуги. Извън обхвата на ИК остават социалните мрежи фейсбук, туитър и др. Смята се, че те имат личен характер и по същество не са предоставяне на услуга. Макар изваждането на социалните мрежи и блоговете от обхвата на ИК на пръв поглед да изглежда оправдано с оглед ненамесата в личното пространство на хората, то е възможност и предпоставка за безконтролно тиражиране на т.нар. „черен ПР", публикуването на дезинформация и клеветнически твърдения. Логично е правилата за всички, които отправят предизборна агитация, да са идентични, независимо от средствата и технологията, използвани за предаването й.

ИК въвежда няколко сравнително прости и ефективни правила за прозрачност на финансовите условия, при които доставчиците на медийни услуги се включват в предизборна кампания. Те са диференцирани в зависимост от това дали медията е електронна или не.

Общите правила за доставчиците на медийни услуги, с изключение на електронните медии, са регламентирани в чл. 138 от ИК. Разпоредбата предвижда, на първо място, че медиите трябва да предоставят едни и същи условия и цени на всички регистрирани за участие в изборите партии, коалиции от партии и инициативни комитети. Текстът, макар и на пръв поглед да е ясен и безспорен, постави редица практически въпроси. Напр. как следва да се изчислява конкретната стойност, в случаите когато агитационният материал се заявява от рекламна агенция с предварително договорени обемни отстъпки в дългосрочните си рекламни договори? Колебанията в прилагането на този текст биха отпаднали, ако ясно се посочи, че предизборната агитация не е търговско съобщение или разновидност на такова, а самостоятелна форма на комуникация. Освен това, като самостоятелна форма на комуникация, предизборната агитация, следва да има самостоятелен правен режим. Текстът на ИК би могъл да се допълни, като се посочи, че за да заявяват агитационни материали рекламните, медия или ПР агенции трябва да сключат отделен договор с нов предмет – за конкретните избори.

На второ място, разпоредбата на чл. 138 от ИК въвежда специален режим на публичност и отчетност на тарифите и условията за предизборна агитация на съответната медия. Доставчиците на медиини услуги са длъжни не по-късно от 40 дни преди изборния ден да обявяват на интернет страниците си цените и условията за предизборна агитация по своите медии. Разпоредбата предвижда и изпращането на цените и условията незабавно на Сметната палата и на Централната избирателна комисия.

На трето място, разпоредбата н чл. 139 от ИК предвижда, че заплащането на заявени кампании се извършва предварително. Колебанията тук са основно в това дали законът изисква предварително заплащане на цялата кампания, която участникът е решил да изразходи за конкретната медия или позволява предварително плащане на конкретно заявения медия план. Логиката на агитационния процес изисква да се предпочете втория вариант. Смисълът на разпоредбата е не да се блокира адекватното планиране на агитационния процес, а да има публичност и да не се допусне злоупотреба при заявяването на агитационни материали; да са ясни

отнапред обема и цените, при които се закупува площ в медията. В едномесечния период на кампания могат да се случат и обикновено се случват много извънредни събития, които налагат вземане на решения в крачка, променят стратегии, а от там и форми на агитация. Затова не е възможно, а и не е необходимо да се изисква предварително заплащане на цялата сума, определена за съответната медия. В крайна сметка, целта на агитацията е политическото послание да достигне до хората, участниците в процеса имат право свободно да определят най-подходящите форми за това.

На следващо място, според чл. 138а от ИК доставчиците на медийни услуги (вкл. електронните медии) са длъжни да обявяват на интернет страницата си пълното съдържание на договорите, сключени с всички регистрирани за участие в изборите партии, коалиции от партии и инициативни комитети, в срок до три дни от подписването на договора. Клаузата е нова и се приложи за първи път за предсрочните избори през 2013 г. Текстът повдигна множество въпроси за това дали да се публикуват договорите в цялост или да се представят в табличен вид съществените условия по договорите. Надделя мнението на ЦИК договорите да се публикуват в цялост (най-вече заради опасения за институционален натиск). Дали текстът включва договорите с рекламните агенции, които на практика заявяват основната част от агитационните материали? Стриктното тълкуване на текста води до заключението, че разпоредбана не включва договорите на рекламните и медия агенции, а се отнася единствено до регистрираните за участие изборите партии, коалиции от партии и инициативни комитети, което едва ли е била целта на законодателя. При наличието на изрична формулировка обаче трудно може да се приеме изправително тълкуване, поради което се налага законодателна промяна.

Предизборната кампания по БНТ и БНР

ИК регламентира подробно отразяването на предизборната кампания от обществените медии БНТ и БНР. Търговските оператори не са задължени да спазват регулацията, въведена за обществените медии. На практика, моделът на предизборна агитация, въведен за обществените медии, рефлектира и върху формите на отразяване на предизборната агитация в търговските оператори, най-малкото, защото зрителите очакват предизборната агитация да протече по определен и вече познат начин.

Макар да използват формите на отразяване на предизборната агитация, заложени за обществените медии, търговските оператори не са задължени да спазват законовите ограничения, предвидени за тези форми. Нито са задължени да се ограничат само до тези форми. И това е нормално. Не следва да се очаква от търговския оператор да се държи като обществен. Той и затова е избрал битието на търговски оператор – за да прокарва успешно избрания бизнес модел като забавлява, образова и информира. Търговският оператор е свободен да провежда независима редакционна политика, в това число и да подкрепя или не даден участник в изборите. Но търговският оператор, който произвежда новини и публицистични предавания (не всички го правят), следва да се придържа към правилата на добрата журналистическа практика, заложени основно в Етичния кодекс на българските журналисти – като разпространява точна и проверена информация, без преднамерено да скрива или изопачава фактите - задължение, което е скрепено със законова разпоредба (чл. 76, ал. 2 от ЗРТ).

От друга страна, търговският оператор трябва така да програмира програмата си, че да постигне финансов резултат, който да му осигури достатъчно финансови средства за дейността си. Търговските оператори нямат държавна субсидия, но за сметка на това имат ясен бюджет и себестойност на производство, затова не може да си позволи безвъзмездна предизборна агитация. Не бива да се забравя, че излъчването на платена политическа агитация не е укоримо поведение, а нормален резултат от правилата на свободния икономически пазар, в който оперират търговските медии.

Форми на предизборна агитация в програмите на БНТ и БНР

Правната регламентация на формите на отразяване на предизборна агитация в програмите на БНТ и БНР е изградена на две нива – законово (чрез ИК) и договорно (чрез споразуменията по чл. 139, ал. 1 и следващите от ИК). На ниво ИК законово регламентираните формите са клипове, хроники и диспути (чл. 139 от ИК). ИК позволява да се предвидят и други форми в споразумението по чл. 139, ал. 1 от ИК между генералните директори на БНТ и БНР и представителите на партиите, коалициите от партии и инициативните комитети. Споразумението предварително се одобрява от Централната избирателна комисия (не по-късно от 31 дни преди изборния ден) и незабавно се изпраща на Сметната палата.

Разпоредбата на чл. 139, ал.2 забранява използването на програмите на БНТ и БНР за целите на предизборната кампания извън времето, определено за посочените форми. Формулировката „извън времето, определено за посочените форми" създава ограничения в две насоки: предизборната агитация да се провежда само в часовия пояс, в който се излъчва някоя от позволените форми (под „часови пояс" се разбира съответната форма, заедно с рекламните блокове и авторекламите), но също така и в рамките на посочените форми (предизборна агитация да има само докато се излъчва съответната форма). Изисква се състедоточване на предизборната агитация по време и в рамките на позволените форми на агитация. Това не означава отделяне на предизборната агитация от останалото програмно съдържание със специални шапки, въпреки че СЕМ наложи тълкувание в подобен смисъл.

В допълнение към това, ал. 3 на чл. 139 от ИК позволява отразяването на предизборната кампания в новинарските емисии на обществените медиите. Условие за това е да се спазва принципа за равенство и обективност при отразяване на проявите на участниците. Такова ограничевие липсва за търговските оператори.

Отделно, в ИК е предвидено, че отразяването на предизборната кампания / предизборните прояви може да се извършва само чрез хроники и клипове, ако това е предвидено в споразумението по чл.139, ал. 1 от ИК.

Хрониките

Според чл. 144, ал. 1 от ИК хрониките се излъчват ежедневно за предизборните прояви на кандидатите, регистрирани от партиите, коалициите от партии и инициативните комитети. Те се разделят на блокове: 1) за парламентарно представените партии и коалиции от партии; 2) за партиите и коалициите от партии, които имат членове на Европейския парламент, но не са парламентарно представени; 3) за извънпарламентарните партии и коалиции от партии и инициативните комитети. Според ИК - при спазване принципа на равнопоставеност. Идеята за разделението по блокове вероятно има за цел да информира зрителя за това кой говори от екрана и какво е направил до тук в битието си на политически субект, но ограничението създава усещането за неравнопоставеност, въпреки прогласяването на обратното. Ограничението обаче има своето логично обяснение - цели се да осигури сблъсъка на идеи на основните претенденти за властта. Времетраенето на излъчването за всяка отделна партия и коалиция от партии е нормативно ограничено - до една минута. Времето за излъчване на хрониките се определя в споразумение между генералните директори на БНТ и БНР и представителите на партиите, коалициите от партии и инициативните комитети (може да е постигнато в по-късен епап, затова няма препращане към чл. 139, ал. 1 от ИК).

Диспутите

Чл. 145 от ИК задължава БНТ и БНР да предоставят телевизионно и радиовреме за не по-малко от три диспута по предварително съгласувани теми с времетраене общо не по-малко от 180 минути. Най-малко половината от времето по ал. 1 се предоставя на 1) парламентарно представените партии и коалиции от партии, както и на партиите и коалициите от партии, които имат членове на Европейския парламент, но не са парламентарно представени; 2) останалата част от времето - на извънпарламентарните партии и коалиции от партии и инициативните комитети, регистрирали кандидати. Идеята отново е да се осигури сблъсък на идеи на основните претенденти за властта. Времето на участниците в деспута се разпределя поравно. Диспутите могат да се проведат с едновременното участие на кандидати и представители на всички партии, коалиции от партии и инициативни комитети, или на част от тях. Допълнително, при произвеждане на втори тур при избори за президент и вицепрезидент на републиката в периода между двата тура по взаимна договореност в определеното програмно време по Българската национална телевизия и Българското национално радио кандидатите могат да провеждат диспут с времетраене до 60 минути.

Клипове

Клиповете създават най-много спорове в гилдията. Както бе посочено по-горе, СЕМ поддържа тезата, че част от клиповете попадат под режима на търговските съобщения. СЕМ нарича тези клипове „политическа реклама". Но дали е така?

ИК обособява три вида клипове: 1) клипове, които отразяват предизборни прояви; 2) клипове, с който се открива или закрива кампания; и 2) клипове, с които се популяризира и агитира.

Клипът като форма на отразяване на предизборната кампания

Клипът по смисъла чл. 139, ал. 1 на ИК е форма на отразяването на предизборната кампания. Според чл. 139, ал 1 от ИК, *предизборната кампания се отразява* в програмите на БНТ и БНР под формата на клипове, хроники, диспути и други форми, договорени при условията на ал. 4, в определено за тази цел време. В чл. 139, ал. 3, изр. второ е предвидено, че в споразумението по чл. 139, ал. 1 от ИК може да се предвиди *предизборните прояви да се отразяват* само в хрониките и клиповете.

Клипът като особена форма на комуникация при откриване и закриване на предизборната кампания

Според чл. 142, ал. 1 от ИК предизборната кампания в програмите на БНТ и БНР започва и завършва с клипове на партиите, коалициите от партии и инициативните комитети с продължителност до една минута.

Клипове с цел популяризация и агитация

Според чл. 143, ал. 1 от ИК *във времето* на предизборната кампания могат да бъдат излъчвани *и други клипове* на партии, коалиции от партии и инициативни комитети *с цел тяхната популяризация и агитация* към гласуване за техните кандидати.

Времетраенето на клиповете, времето и броят на тяхното излъчване се определят по споразумение между генералните директори на БНТ и БНР и упълномощени представители на партиите, коалициите от партии и инициативните комитети. Тези клипове се изработват от регистрираните за участие партии, коалиции от партии и инициативни комитети или от екипи на БНТ и БНР при едни и същи условия и цени, определени от техните ръководства. Условията и цените се изпращат незабавно на Сметната палата и на Централната избирателна комисия.

Вероятно третата разновидност на клипове СЕМ приема като политическа реклама и счита, че попадат в обхвата на регулацията на търговските съобщения. Но каква търговска дейност, професия или занаят, какъв продукт или стока популяризират тези клипове? Очевидно е, че разпоредбите относно предизборната надпревара и търговската дейност регулират две съвсем различни групи обществени отношения, които имат различен обект, преследват различна цел и се регулират от различна група правни норми.

Разпоредбата на чл. 140 от ИК е ключова за разбиране на същността на предизборната агитация. Според чл. 140 в предизборната кампания, излъчвана в програмите на БНТ и БНР, се забранява използването на *елементи от търговска реклама, както и участие на кандидати и представители на партиите, коалициите от партии и инициативните комитети в излъчваните търговски реклами*. След като се забранява включването на елементи от търговската реклама, то очевидно законодателят разглежда предизборната агитация и

търговското слово като две самостоятелни и различни явления, при които няма и не бива да има препокриване. ИК забранява и обратния процес – според чл. 140 от ИК *в търговска реклама е забранено да се отправят политически внушения в полза или във вреда на един или друг участник в изборите.* Текстът още веднъж показва, че са налице две различни явления, които имат различно правно битие и последици. Следва да се има предвид, че забраната се отнася само за обществените медии и означава, че в търговските медии това е позволено.

Предизборната кампания в Регионални радио- и телевизионни центрове на БНТ и БНР е уредена в чл. 146 от ИК по идентичен на БНТ и БНР начин.

Предоставяне на време от други електронни медии

Разпоредбата на чл. 148 от ИК предвижда,че останалите електронните медии, могат да предоставят време за отразяване на предизборната кампания на партиите, коалициите от партии и инициативните комитети, регистрирали кандидати, при едни и същи условия и цени. Условията и редът за предоставяне на време за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите се обявяват на интернет страницата на съответната медия не по-късно от 40 дни преди изборния ден. Заплащането се извършва предварително. Условията, редът и тарифите се изпращат на Сметната палата и се предоставят на Централната избирателна комисия - за електронна медия с национален обхват, и на районните избирателни комисии, съответно на общинските избирателни комисии - за електронна медия с регионален и местен обхват, не по-късно от 10 дни преди началото на предизборните излъчвания.

Нарушаване на реда при провеждане на кампанията
Принудителни административни мерки

Според чл. 149 от ИК при нарушаване на реда за провеждане на предизборната кампания от доставчиците на медийни услуги партиите, коалициите от партии и инициативните комитети - чрез лицата, които ги представляват или упълномощени от тях лица, могат да подават жалби в срок до 24 часа след излъчване на съответното предаване. Жалбите се подават до: 1) Централната избирателна комисия за доставчик с лицензия или регистрация с национален обхват, както и когато нарушението е извършено в повече от един изборен район; 2) районната избирателна комисия, съответно общинската избирателна комисия, по седалището на доставчика, когато доставчикът има лицензия или регистрация с регионален или местен обхват. Компетентната избирателна комисия разглежда жалбата в срок до 24 часа от получаването й, а в изборния ден незабавно, и постановява решение, което не подлежи на обжалване.

Административно-наказателна отговорност

Административно-наказателната отговорност за нарушение на правилата за предизборна кампания е ограничена.

Предвидени са следните състави:

1. За предизборна агитация в държавните и общинските учреждения и институции разпоредбата на чл. 289а, ал. 1 от ИК предвижда, че който наруши забраната по чл. 133, ал. 4, се наказва с глоба от 300 до 1000 лв. Когато нарушението е извършено повторно, глобата е в размер от 1000 до 3000 лв.
2. За нарушаване на изискването за поставяне на агитационен материал текстът на чл. 297а от ИК предвижда, че който наруши забраната по чл. 135, ал. 1 от ИК, се наказва с глоба или имуществена санкция в размер от 1000 до 3000 лв. Когато нарушението по ал. 1 е извършено повторно, глобата или имуществената санкция е в размер от 3000 до 10 000 лв.
3. За нарушаване на изискването за премахване на агитационен материал - според чл. 298 от ИК при неизпълнение на задължението по чл. 134, ал. 9 от ИК на лицето, което представлява партията или инициативния комитет, или на лицата, които представляват коалицията от партии, се налага глоба от 1000 до 5000 лв.
4. За нарушение при допитвания и социологически проучвания според чл. 288б. от ИК, във връзка с разпоредбите на чл. 136, чл. 137, ал. 3 или чл. 137а, се налага с глоба или имуществена санкция в размер от 2000 до 5000 лв. Когато нарушението по ал. 1 е извършено повторно, глобата или имуществената санкция е в размер от 5000 до 10 000 лв.
5. Предвидена е и обща клауза: според чл. 299 от ИК който наруши разпоредба на този кодекс, извън случаите по чл. 288 - 298, се наказва с глоба, съответно имуществена санкция, от 200 до 2000 лв.

Според чл. 302 от ИК установяването на нарушенията, съставянето на актовете, издаването и обжалването на наказателните постановления се извършват по реда на Закона за административните нарушения и наказания.

Политическата реклама

Въпросът за политическата реклама е засегнат от доц. Нели Огнянова при анализа на правната уредба на аудиовизията в Европейския съюз (Огнянова, Н., Аудиовизуалната политика и законодателството на Европейския съюз, С.,2005, с.332, с.347 – 348). Доц. Огнянова сочи, че въпросът за включването на политическата реклама сред координираните области е обект на дискусии в рамките на процеса на ревизия на директивата „Телевизия без граници". Въпреки това, разнородните практики на отделните държави се оказват сериозна пречка за вземане на единно решение, поради което политическата реклама остава извън координираните области. Доц. Огнянова отбелязва, че по отношение на политическата реклама, както и относно религиозната реклама няма приети координирани мерки, поради което и във връзка с тълкувателното съобщение на Европейската комисия (COM (2004) 1450 Commission interpretative communication on certain aspects of the provision on televised advertising in the "Television without frontiers" Directive) при интерпретиране на Директивата „Телевизия без граници", в отсъствие на релевантна практика на Европейския съд и при съмнение, остава да се прилага по-либералния подход (in dubio pro libertate). Позовава се и на решение на съда в Стразбург по делото Murphy v Ireland (44179/98)[2003] ECHR 352), където съдът

дефинира т.нар. „доктрина на зоната на преценка" по отношение на неоординираните области. С други думи, когато няма ясен консенсус относно правната уредба на на дадена материя, е налице зоната на самостоятелна преценка на всяка отделна държава. Доц. Огнянова сочи, че в България политическата реклама не е забранена. Без да е регламентирана в Закона за радиото и телевизията, тя е обект на правна уредба в избирателните закони, но само в периода на т.нар. предизборни кампании. Доц. Огнянова говори за т. нар. „изборна реклама" – реклама, която има за цел постигане на изборен резултат в полза или срещу определена политическа партия или кандидат, съответно в полза или срещу определена позиция при референдум. В заключение доц. Огнянова приема, че в България политическата реклама е възможна по всяко време, като по отношение на нея се прилагат всички правила за рекламата, включително за означаване и обособяване, за ограничаване на общото времетраене на рекламата на съответния оператор. Според доц. Огнянова по време на предизборни кампании избирателния закон действа като специален закон по отношение на ЗРТ (Пак там, с. 372).

Според доц. Райна Николова популяризирането на кауза или идея (благотворителна, политическа, обществена) е една от законовите цели на търговското съобщение (Николова, Р. Медийно аудио- и аудиовизуално право. С., 2010, с.208).

Понятието „политическо рекламиране" е разисквано в рамките на 16-та среща на EPRA (European Platform of Regulatory Authorities), състояла се в Любляна, 2002 г. (http://www.epra.org/meetings/ljubljana-16th-epra-meeting-24-25-oct-2002) На срещата се изтъква, че в редица европейски държави безплатните предизборни политически излъчвания имат различен правен режим в сравнение с платеното политическо рекламиране. Според заключителния документ от срещата, Европа е разделена на две по отношение на политическото рекламиране. Политическото рекламиране е забранено в голяма част от страните в Европа, напр. Германия, Франция, Великобритания, Дания, Норвегия и др. Основанието за забрана е, че богатите партии имат по-големи възможности да закупят рекламно време в сравнение с нововъзникналите и по-малките партии. В този смисъл, платената политическа реклама се разглежда като дискриминационна практика. На партиите обикновено се дава безплатно телевизионно време предимно, но не само, в обществената телевизия – за да представят своите програми, включително и чрез кратки рекламни клипове. За техническите разходи телевизионните оператори се компенсират или от държавата или директно от партиите. Компенсацията не се изчислява по рекламните тарифи. В документа е посочено, че в Западна Европа има само няколко изключения от забраната на платената политическа реклама – Италия и Гърция. В Италия телевизионните оператори предоставят време за безплатни политически съобщения, но могат и да продават телевизионно време **в и извън** предизборната кампания с 50 % отстъпка от актуалните цени за реклама. В Гърция политическите партии имат право на безплатно телевизионно време, както и право да купуват допълнително телевизионно време. На различна позиция са част от държавите от Централна и Източна Европа, където правото за политическо рекламиране се разглежда като неразделна част от свободата на изразяване и правото на информация (така е напр. в Унгария). В законодателството на страните, които разрешават платеното политическо рекламиране, обикновено са предвидени определени ограничения – продължителност на рекламиране, начин на определяне на възнаграждението за излъчване на рекламата, честота на излъчване на рекламата и др. В заключителния документ от срещата е посочено, че Съветът на Европа не взема категорична позиция за или против платеното политическо рекламиране, а в нарочна препоръка указва, на държавите, в които платеното рекламиране е допустимо, че трябва да се вземат мерки всички партии да имат равни възможности да купуват при еднакви условия телевизионно време, да има ясно указание, че се излъчва политическа реклама и че държавите могат да предвидят количествени ограничения при закупуването на реклама от един кандидат или партия. Обръща се внимание, че основните проблеми, пред които се изправят държавите, които позволяват платеното политическо рекламиране, са:

- равен достъп до възможността за рекламиране.
- липсата на ясна дефиниция на политическо рекламиране, което затруднява правоприлагането; неяснотата дали трябва ли да се включва в общото телевизионно време, предвидено по закон за търговското рекламиране.
- неофициалното рекламиране/скритото рекламиране – плащане за достъп до медия под друга форма, не като реклама.

Дискусиите относно същността на политическото рекламиране продължават и в рамките на 23-тата среща на EPRA, проведена в Елсинор, 2006 г. (http://www.epra.org/meetings/elsinore-23rd-epra-meeting-17-19-may-2006) В заключителния документ от срещата са набелязани основните проблеми във връзка с разнопосочната правната регламентация на политическото рекламиране в отделните европейски държави. Обръща се внимание на обстоятелството, че макар терминът политическо рекламиране да е добре познат и широко използван в различни публикации, липсва единно разбиране за неговата същност. Акцентира се върху законодателната практиката на част от държавите да въведат различен правен режим за платеното политическо рекламиране и безплатните политически съобщения. Поставена е за обсъждане и темата за коректността на термина „политическо рекламиране", доколкото става дума не толкова за „рекламиране", колкото за политическа пропаганда.

Въпросът за същността на политическото рекламиране е основен и за дискусиите, провели се в рамките на 30-та среща на EPRA в Дрезден, 2009 г. (http://www.epra.org/meetings/dresden-30th-epra-meeting-14-16-oct-2009).

Практиката на Европейския съд в Стразбург

Политическото рекламиране е предмет на няколко съдебни решения. По Делото VGT Verein gegen Tierfabriken срещу Switzerland съдът приема, че клип, който е насочен срещу отглеждането на животни за консумация, може да се определи като „политическа реклама", защото се отнася

до дискусионен въпрос, засягащ цялото общество, и защото не се свежда до насърчаване на обществото да купува определен продукт. Според съда забраната на политическото рекламиране е въведена, за да се предотврати предимството, което могат да получат в политиката финансово силните групи посредством рекламирането. Същевременно обаче съдът преценя, че целта на рекламата е била неправителствената организация да се включи в течащия в обществото дебат за защита на животните и отглеждането им за храна. В този смисъл съдът намира, че е налице нарушение на чл. 10 от ЕКПЧ, а именно на свободата на изразяване, която според Съда в Стразбург, местните власти не са обезпечили в достатъчна степен.

По Делото TV Vest & Rogaland Pensjonist Partiet v. Norway (2008) съдът приема, че забраната за политическа реклама, довела до спирането на клип на политическа партия, която изразява интересите на пенсионерите противоречи на чл. 10 от Европейската конвенция за защита правата на човека и основните свободи, съответно на свободата на изразяването. В случая се обръща внимание на факта, че политическото рекламиране по съществото си е пропаганда, а чл. 10 от ЕКЗПЧОС защитава именно свободата всеки да отстоява своето мнение, да получава и да разпространява информация.

Очевидно е, че съдът разглежда като политическа реклама както социалната, така и политическата агитация.

Политическа реклама не е легално дефинирано в българското законодателство. В контекста на решенията на Съда в Стразбург, с оглед на общоприетото разбиране за политика, могат да се обособят две значения на понятието. Първото значение – политическата реклама, разбирана като рекламиране, извършвано от политическа партия по повод популяризиране и налагане на нейна програма, лидери и идеи, свързани с държавното управление (извършвано по време на или извън предизборна кампания). Условно ще нарека този разновидност **политическа реклама в тесен смисъл на думата**. Българското законодателство урежда единствено политическата реклама под формата на предизборна агитация. Липсата на правен режим може да означава или забрана на всяка политическа агитация извън предизборна кампания, или свободно извършване на такава. Регистрирането на телевизионна програма „Алфа" на ПП „Атака", показва, че превес е взела втората теза.

Второто значение – политическата реклама като популяризиране и налагане на определена позиция, която е от обществено значим характер и няма търговски елемент, например – за забрана добива на шистов газ, за забрана на застрояването на природен парк и др. Тази втора разновидност на политическото рекламиране, ще нарека **политическа реклама в широк смисъл или социална реклама**. Правното положение на социалната реклама е по-различно. Социалната реклама, като явление, не отговаря на дефиницията за търговските съобщения, затова режимът на търговското слово не се прилага към социалната реклама. Въпреки това, може би по инерция, в чл. 89, ал. 2 от ЗРТ е предвидено, че призивите за благотворителност и общественополезни каузи не се включват в 12-те минути рекламно време. Текстът е недостатъчен да обоснове по-смели заключения и следва да се прилага с оглед единствено на тази конкретна хипотеза.

В обобщение, понятието „политическа реклама" е двузначно. То обхваща както политическата агитация в чист вид (преди и по време на избори), така и социалната агитация в подкрепа на обществено значими цели. Тази двузначност обезмисля въвеждането на легална дефиниция за „политическа реклама". Освен това, понятието съдържа твърде много алюзии с търговската реклама, което не е в полза на правоприлагането. Далеч по-удачно е за политическата агитация по време на избори да се запази понятието „предизборна агитация", като се актуализира правния режим на ИК. Политическата агитация извън изборния период може да бъде уредена в Закона за политическите партии. Следва да се прецени дали това няма да доведе до крайна политизация на българското обществото. Социалната агитация може да се уреди в Закона за юридическите лица с нестопанска цел. Отричането на тези форми на комуникация изглежда най-лесно, но може да има за последица завеждане на дела пред съда в Стразбург. ЗРТ следва да си остане сфера на търговското слово. СЕМ би могъл да контролира спазването на правилата на политическата агитация извън изборния период и социалната агитация с оглед спазването на принципите, заложени в чл. 5, 6, 8, 9, 10, 11 от ЗРТ, за което не е необходима допълнителна законодателна намеса.

Настоящото изследване представи и съпостави търговското слово, предизборната агитация и т. нар. „политическа реклама" като отделни и самостоятелни правни явления. Посочени бяха основните характеристики и проблеми на регламентацията на предизборната агитация като правно явление със собствена нормативна уредба. Обоснована бе нужна от изрична и ясна регламентация на отделните правни явленията, която да създаде разбираеми и приложими правила в тази сфера на засилен обществен интерес.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

БЪЛГАРСКАТА МИННА ИНДУСТРИЯ ПРЕЗ 2012 Г. – ПЕРСПЕКТИВИ, ОЧАКВАНИЯ И ПРОГНОЗИ

Веселин Митев[1], Десислава Костова[2]

[1] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: ves_mitev@abv.bg.
[2] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: dessi.kostova@gmail.com.

РЕЗЮМЕ. В статията е представено изменението на реалните брутни вътрешни продукти, реализирани от световната, американската, европейската и българската икономики за периода 2007 ÷ 2012 г. и прогноза за 2013 и 2014 г. Направена е кратка характеристика на външната и вътрешната икономическа среда на България през 2012 г.
Анализирано е изменението на обемите на промишленото производство и на цените на производител за сектор „Промишленост", за подотрасъл „Добивна промишленост", за добив на въглища, за добив на метални руди и за добив на неметални материали и суровини за периода януари 2008 ÷ май 2013 г. В резултат на това са очертани условията и перспективите пред минните предприятия за добив и преработка на въглища, метални руди, неметални материали и суровини.

BULGARIAN MINING INDUSTRY IN 2012 - PERSPECTIVES, EXPECTATIONS AND PROGNOSIS

Veselin Mitev[1], Dessislava Kostova[2]
[1] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: ves_mitev@abv.bg.
[2] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: dessi.kostova@gmail.com.

ABSTRACT. The paper presents real GDP realized by world, American, European and Bulgarian economies for 2007 ÷ 2012 and prognosis for 2013 and 2014.
A short characteristic of the external and internal business environment in Bulgaria in 2012 is done.
The fluctuations of industrial production volumes and production prices in mining extraction industry are analyzed for January 2008 ÷ May 2013. Finally, the conditions and perspectives of mining companies for production and processing of coal, metal ores and nonmetal raw materials are outlined.

Въведение

През последните четири години световната и голяма част от националните икономически системи се опитват да се възстановят от една от най-дълбоките рецесии в съвременната икономическа история. Това рефлектира и върху дейността на всички минни предприятия като най-тежка беше ситуацията в началото на кризата, когато потреблението и производството на минна продукция се сви с между от 35% до 70%.

През последните четири години увеличеното световно производство и потребление на метални и енергийни суровини се оказа благоприятен фактор за развитие на добива на енергийни, метални и част от индустриалните суровини. За съжаление свитото потребление на строителни материали и част от индустриалните минерали все още ограничава добива и последващата им преработка.

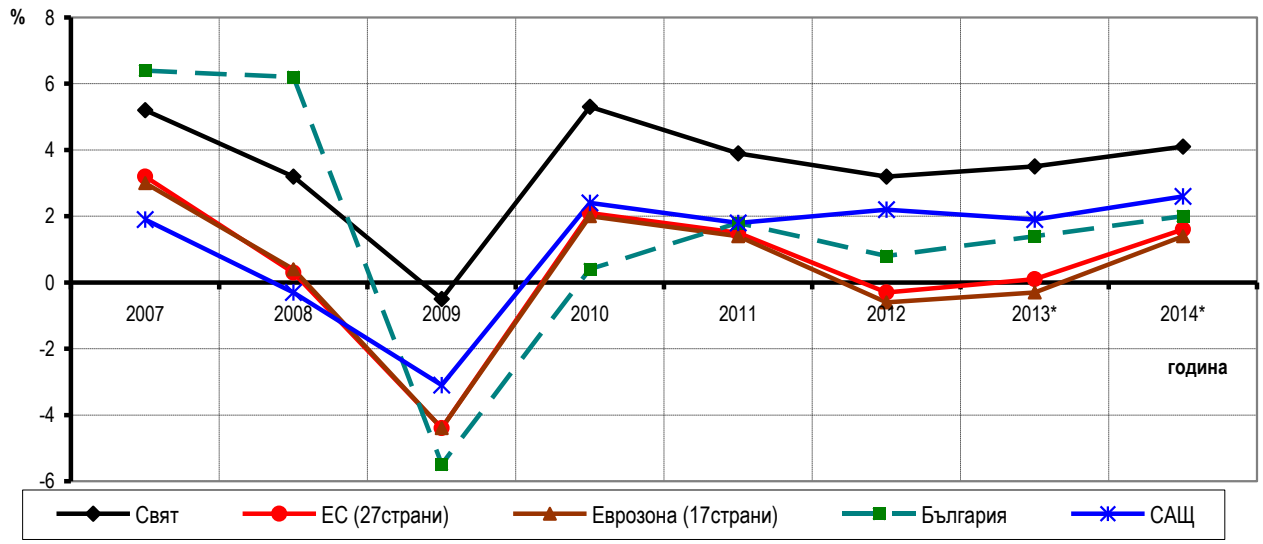
Целта на статията е на осовата на анализ на набраната стопанска и пазарна информация да бъдат очертани перспективите за развитие на българските минни предприятия в условия на увеличено вътрешно потребление на метални руди и концентрати, и външно търсене на крайни метали, основно за европейските и световните пазари, нараснало вътрешно потребление на въглища и свито вътрешно потребление на индустриални минерали и строителни материали.

Икономическа активност

Икономическата активност през по-голямата част от 2012 г. остана на относително добро равнище. Основната причина за влошаването на показателите, отчитащи икономическата активност, а именно реалните брутни вътрешни продукти - БВП, е вследствие от възобновените страхове за финансовото здраве на голяма част от високоразвитите страни от ЕС. Последиците от глобалната финансова криза от 2008 ÷ 2009 г. и по-конкретно неустойчиво високите бюджетни дефицити и растящата задлъжнялост на публичния сектор не само че не можаха да бъдат преодолени в редица страни, но се забелязва тенденция към влошаване, изразяваща се в нарастващата доходност по новоемитираните ценни книжа в ЕС.

На фиг. 1 е представена динамиката на изменение на реалния БВП на световната, американската, европейската и българската икономически системи за периода 2007 ÷ 2012 г. и прогноза за 2013 и 2014 г. Фигурата е построена по данни от годишните доклади на Международния валутен фонд за периода 2009 ÷ 2013 г. (World Economic

Outlook, April 2009, April 2010, April 2011, April 2012, January 2013) и по данни на Евростат за същия период (Real GDP growth rate – volume, March 2013).



* - прогнозни данни

Фиг. 1. Динамика на изменение на реалния БВП на световната, американската, европейската и българската икономически системи за периода 2007 ÷ 2012 г. и прогноза за 2013 и 2014 г.

От данните на фиг. 1 е видно, че растежът на икономическата активност в България е по-слаб от растежа на икономическата активност в света и в САЩ, но е в близки граници, дори и изпреварва този на ЕС. Разбира се прогнозите на различните световни, европейски и национални финансови институции не са еднозначни и се характеризират с ниска устойчивост, но могат да покажат очакванията на финансовите експерти за бъдещото развитие на отделните икономически системи.

Външна и вътрешна икономическа среда на България през 2012 г.

За четвърта поредна година икономическата среда на България през 2012 г. се характеризираше с висока несигурност, липса на ясни приоритети и надвиснала опасност над икономическата стабилност. Вероятно най-много за това допринесе икономическата и финансова нестабилност в Гърция, Испания, Португалия, Италия, Кипър, Словения и Унгария, а също и проблемите в останалата част от Европа.

През последните месеци на 2012 г. икономическият растеж в целия свят продължи да се забавя. На фона на несигурността и увеличаващото се напрежение на финансовите пазари очакванията на бизнеса и на потребителите продължават да се негативни. В краткосрочен период неблагоприятно въздействие оказват значителните структурни неуредици, особено в развитите европейски страни, в резултат на което се очаква те да забавят възстановяването на световната икономика дори и в средносрочен период.

Неуверените и често непоследователни политики и действия на институциите в ЕС по справяне със задълбочаващата се дългова криза засилват чувството за несигурност, поради което инвеститорите са изключително предпазливи и се въздържат от стартирането на нови проекти в очакване на по-благоприятни периоди, но за съжаление в дългосрочна перспектива.

Икономическата активност на света през по-голямата част от 2012 г. се запази на относително добро равнище. Влияние за това оказа както стабилизирането на цените на основните стоки, в т.ч. и енергоносители, така и възстановяването на доставките след опустошителното земетресение в Япония и продължаващия икономически растеж на китайската икономика, която е най-големия потребител на ресурси и износител на крайни продукти. Глобалният икономически растеж продължава да се забавя от 5,3% през 2010 г., 3,9% през 2011 г. до 3,2% през 2012г. Най-голям принос за това забавяне са страните от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР), в т.ч. и държавите от Еврозоната, включващи основните търговски партньори на България като Германия, Италия, Гърция и др.

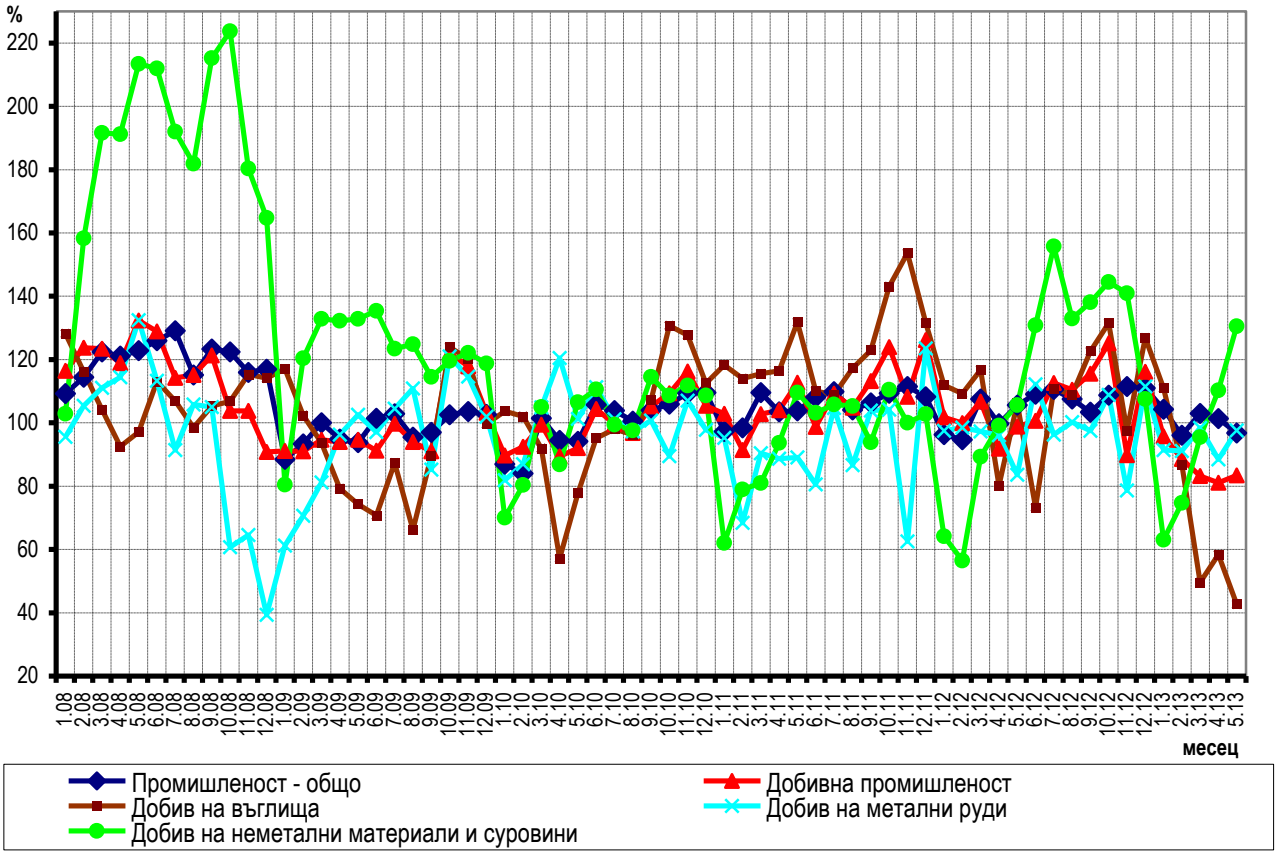
На национално ниво не се наблюдават съществени промени в икономическата политика на България, която продължава да бъде по-скоро пасивна към случващото се в Европа и в света. Голяма част от набелязаните в началото на кризата антикризисни мерки така и не оказаха благотворно влияние върху българската икономика, а други дори и не бяха активирани. В крайна сметка финансовата 2012 г. може да се определи като година на икономическа стагнация (продължителен период на слаб икономически ръст). В тези условия оцеляването остана основната задача на преобладаващата част от частните и държавни фирми, а също и на домакинствата. Вътрешното потребление в страната се запазва ниско, а и продължава да се свива, поради намаляващата покупателна способност на населението.

Средната работна заплата в страната отчита умерен и постоянен ръст, но на фона на значителната безработица

и на пълзящата инфлация, наблюдавана от юли 2012 г. до момента, това не доведе до нарастването на доходите на населението и стимулиране на вътрешното потребление.
По данни на Националния статистически институт (НСИ) през 2012 г. износът на България за ЕС намалява с 3,6% спрямо предходната година е в размер на 23,8 млрд. лева. Основни търговски партньори на България са Германия, Италия, Румъния, Гърция, Франция, Белгия и Испания, които формират 75,6% от износа за държавите – членки на ЕС. Вносът на България от ЕС за 2012 г. се увеличава със 7,5% спрямо предходната година и е на стойност 29,2 млрд. лв. по цени CIF. Най-голям е стойностният обем на стоките, внесени от Германия, Италия, Румъния, Гърция и Испания

Индекси на промишленото производство на България

На фигура 2 са представени индексите на промишленото производство на България за периода януари 2008 г. ÷ май 2013 г. за сектор „Промишленост", подотрасъл „Добивна промишленост", за добив на въглища, за добив на метални руди и за добив на неметални материали и суровини. Фигурата е построена по данни на НСИ (Индекси на промишленото производство, юни 2013 г.).



Фиг. 2. Индекс на промишленото производство на България за периода януари 2008 г. ÷ май 2013 г. за сектор „Промишленост", подотрасъл „Добивна промишленост", за добив на въглища, за добив на метални руди и за добив на неметални материали и суровини (сезонно неизгладени, 2010 г. = 100%)

От фиг. 2 се вижда, че от пролетта на 2009 г. промишленото производство на България отчита умерен и постоянен слаб ръст със силно проявена сезонност. Това твърдение е валидно и за подотрасъл „Добивна промишленост".

Добивът на въглища от пролетта на 2010 г. отчита значителен ръст като най-високи показатели достига през зимата на 2011 ÷ 2012 г. Това може да се обясни с увеличението на относителния дял на добиваната електроенергия от въглища, през зимните отоплителни периоди, който достига от 50 до 60% от общото производство на електроенергия. Това не може да се каже за зимата на 2012 ÷ 2013 г, когато добива на въглища отчита 20% спад с постоянна тенденция, поради резкия спад в електропотреблението.

Добивът на метални руди след началото на финансовата и икономическа криза се възстанови най-бързо и от януари 2009 г. регистрира слаб ръст със силно изявена флуктояция в следствие на високата динамика на стоковите борси. Но въпреки това обемите на производство се колебаят между 60 и 90% от тези преди кризата. Динамиката на обемите на производство и реализация на метални руди не е подчинена на определена сезонност, а е в следствие на изменението в производството и потреблението на металите в световен мащаб.

Най-тежка се запазва ситуацията при добива на строителни и инертни материали, където производството и потреблението има предимно регионален характер и вследствие на огромния спад в хоризонталното и най-вече във вертикалното строителство с настъпването на

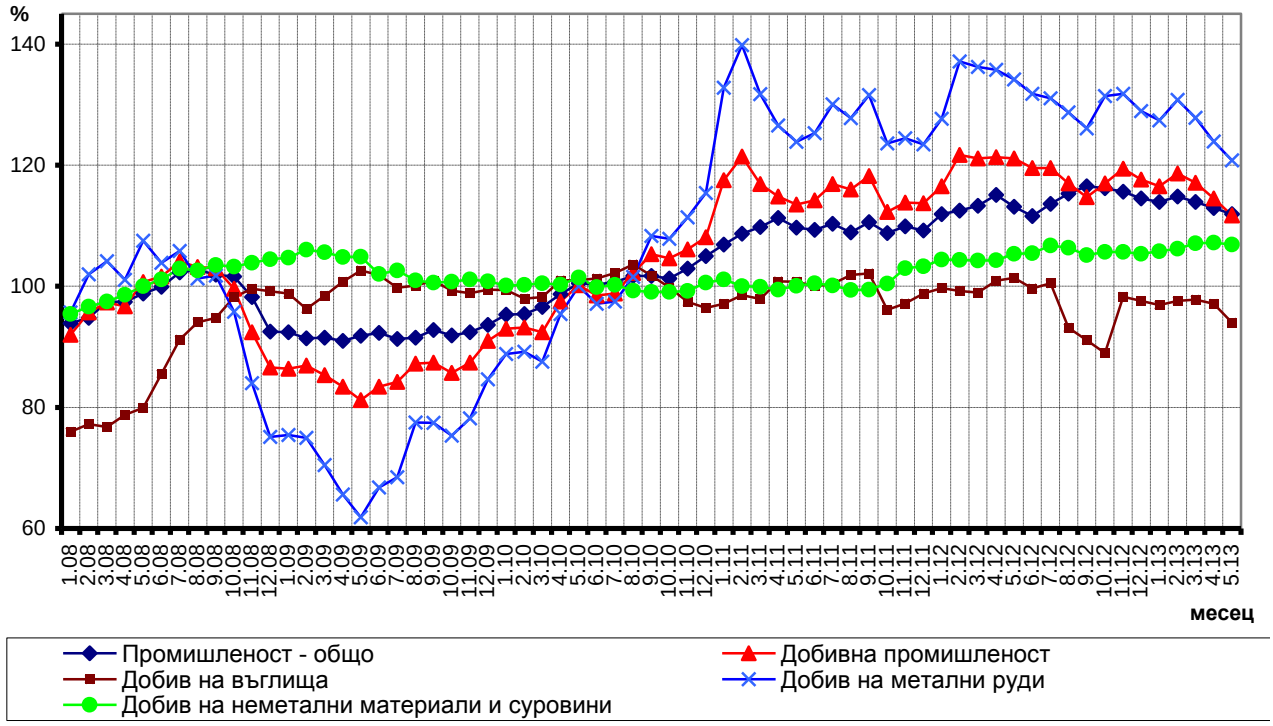
рецесията. Добивът на строителни и инертни материали отчете най-значителен спад. Индексите на изменение на промишленото производство на неметални материали и суровини също така очертават силно проявена сезонност в производството и потреблението им.

При производството на индустриални минерали положението е същото. Свитото потребление на продукцията на химическата и хранително-вкусовата промишленост ограничи добива на индустриални минерали. И тук се наблюдава силно изразена сезонност със значителни колебания от 40 до 90%, което обуславя значителна неопределеност за бъдещото развитие.

В краткосрочен и средносрочен период промишленото производство на България ще се запази на досегашните равнища, но прогнозите не могат да се окачествят с висока сигурност, поради свитото вътрешна потребление, голямата динамика в износа и преобладаващата експортна насоченост на продукцията от промишлеността към централна и южна Европа, а в южна Европа дълговата криза продължава да се задълбочава.

Индекси на цени на производител в България

На фиг. 3 са представени индексите на цените на производител в България на вътрешния и международния пазар за периода януари 2008 г. ÷ май 2013 г. за сектор „Промишленост", „Добивна промишленост", за добив на въглища, за добив на метални руди и за добив на неметални материали и суровини. Фигурата е построена по данни на НСИ (Общ индекс на цени на производител в промишлеността, юли 2013 г.).



Фиг. 3. Индекси на цени на производител в България на вътрешния и международния пазар за периода януари 2008 г. ÷ май 2013 г. за сектор „Промишленост", подотрасъл „Добивна промишленост", за добив на въглища, за добив на метални руди и за добив на неметални материали и суровини (сезонно неизгладени 2010 г. = 100%)

От фиг. 3 се вижда, че цените на производител в промишлеността отчитат слаб, но умерен ръст и са достигнали средно с 25% увеличение от преди настъпването на икономическата криза. За подотрасъл „Добивна промишленост". Този ръст е около 30% по-висок. Най-бързо е нарастването на цените на производител на металните руди (около 40%), което е вследствие от постоянния ръст на цените на металите на стоковите борси, наблюдаван от април 2009 г. Те бележат висок и постоянен ръст и се характеризират с високо изразена флуктоация.

Цените на производител при добива на въглища и на неметални материали и суровини са запазили равнищата от преди икономическата криза и се характеризират с постоянен характер и слаба флуктояция. Свитото електропотребление оказва натиск върху цените на въглищата, но високата степен на държавна регулация и дългосрочно договориране на доставките от ТЕЦ „AES Марица Изток 1" и ТЕЦ „Контур Глобал Марица Изток 3" трудно би могло да допусне значителен спад в цените.

Заключение

Изнесените данни от Евростат и НСИ говорят ясно, че българската икономика през 2012 г. е отчела реален ръст от 0,8% и перспективите пред нея са за слаб растеж през 2013 и 2014 г. Макар че инфлацията вече е овладяна, то безработицата в националното ни стопанство е достигнала високи равнища, от които трудно и бавно ще може да се възстанови.

Основните фактори за нестабилността на българската икономика все още са: ниските бюджетни приходи и ограничаването на бюджетните разходи; продължаващото

свиване на потреблението на домакинствата; слабият и несигурен ръст на износа; преобладаващият отлив на чужди инвестиции; високите цени на енергийните носители, суровините, металите и акцизите в период на намалено вътрешно потребление; изключително слабият ръст на индустриалния сектор и спадът в туризма, земеделието и строителството; намаляващата и ниска инвестиционна активност.

Високата динамика на стоковите и на валутните пазари, високите цени и ограничения достъп до заемен капитал обуславят високи нива на несигурност относно бъдещото развитие, поради което инвеститорите все още ограничават икономическата си активност.

Високите нива на безработица ограничават доходите на населението и утежняват социалните разходи на държавата, вследствие на което очакванията за увеличаване на вътрешното потребления са крайно нереалистични.

Високата обвързаност на българската икономика със страните от централна и южна Европа предопределя висока степен на зависимост с развитието и инвестиционната активност в тези райони на ЕС.

Перспективите пред българските минни предприятия от добива на метални полезни изкопаеми са благоприятни, но силно обвързани с развитието на европейските и световните пазари, поради преобладаващия експортен характер на произвежданите крайни метали.

Бъдещият добивът на енергийни въглища е предопределен от делът им в енергийния микс, а също и от потреблението на електрическа енергия както за бита, така и за индустрията.

Цените на енергийните носители и на металите макар, че се характеризират с висока динамика, то те ще запазят досегашните си високи равнища, които благоприятстват техния добив.

Перспективите пред българските предприятия от добива и преработката на индустриални минерали остават все още песимистични, поради свитото производство и потребление в Европа на продукти за химическата и хранително-вкусовата промишленост, и селското стопанство.

В сектора на строителството спадът се запазват, което очертава ниско потребление на строителни и инертни материали.

Бъдещото развитие на световната икономика е немислимо без нарастване на производството и потреблението на минерални суровини, което ще благоприятства нарастването на добива и преработката, първоначално на енергийни и метални полезни изкопаеми, а в по-късен етап на индустриални минерали, а още по-късно и на строителни материали.

Литература

Индекси на промишленото производство, юли 2013 г. НСИ, 2013 – http://www.nsi.bg.

Общ индекс на цени на производител в промишлеността, юли 2013 г. НСИ, 2013 – http://www.nsi.bg.

Търговия на България с ЕС за 2012 година. НСИ, 2013. – http://www.nsi.bg.

Real GDP growth rate – volume – http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat / home/

World Economic Outlook: Crisis and Recovery. International Monetary Fund, April 2009, p. 2.

World Economic Outlook: Growth Resuming, Dangers Remain. International Monetary Fund, April 2012, p. 2.

World Economic Outlook: Rebalancing Growth. International Monetary Fund, April 2010, p. 2.

World Economic Outlook: Tensions from the Two-Speed Recovery. International Monetary Fund, April 2011, p. 2.

World Economic Outlook Update: Gradual Upturn Global Growth During 2013. International Monetary Fund, January 2013, p. 2.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

УПРАВЛЕНСКИ АСПЕКТИ НА ИНТЕГРИРАНИЯ РИСК В МИННОДОБИВНАТА ПРОМИШЛЕНОСТ

Митко Димов

Минно Геоложки Университет „Св.Иван Рилски", 1700 София, E-mail: dimov_mgu@abv.bg

РЕЗЮМЕ. Всяка една нация има интерес от комплексното и дългосрочно оползотворяване на собствените минерални суровини. Производството им е с високи инвестиции, продължителен срок на строителство на предприятията, тежки минно-геоложки условия и сложни технологични решения, зависещи и от промяната в изискванията на следващите фази от преобразуване на суровините. Всичко това е резултат не само на геоложката даденост на находищата, на рационални технически решения, но и на икономическия ефект от тяхното прилагане без негативни последствия. Това е единен комплекс от взаимно свързани фактори от външен и вътрешен характер, който има не само икономически и екологични измерения, но и политически основания. Колкото по-сложни са тези взаимозависимости, толкова по-големи са опасностите от тяхното динамично променящо се във времето влияние и съответно толкова по-трудно е да се предвиди възникването им и рисковете, с които са свързани.

MANAGERIAL ASPECTS OF THE INTEGRATED RISK IN THE MINING INDUSTRY

Mitko Dimov
University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, e-mail: dimov_mgu@abv.bg

ABSTRACT. Each nation has interest in the complex and long-term utilization of its own mineral resources. Their production features high investment levels, long construction period, heavy mining and geological conditions and complex technology solutions, depending on the change in the requirements of the next phases of the conversion of raw materials. All of the latter is the result not only of the geological features of the deposits, or the rational decisions but also of the economic impact of their application without any negative repercussions. This is a complex set of interrelated factors, external and internal, which extends not only in the economic and environmental dimensions, but also implies political features. The more complex these relationships are, the greater are the dangers of their dynamically changing over time effect and therefore the more difficult it is to predict their occurrence and the risks associated with them.

Въведение

Миннодобивната промишленост осигурява индустриалната база на икономиката, което означава, че този бранш е от общонационално и икономическо значение**.** В развитите страни минното производство има приоритет пред другите отрасли и е генерален фактор за икономическото развитие. Неговото ефективно управление обаче изисква комплексен технико-икономически подход и анализ. Устойчивото развитие на миннодобивните предприятия предполага дългосрочна оценка както на ангажирания капитал така и на другите ангажирани фактори на производство, а именно труд и природни ресурси в условията на несигурност в два основни аспекта:

(1) Очаквана възвръщаемост (ефективност и ефикасност) на вложените фактори и
(2) Породените от несигурността рискове да не се състоят в очакваните положителни сценарии.

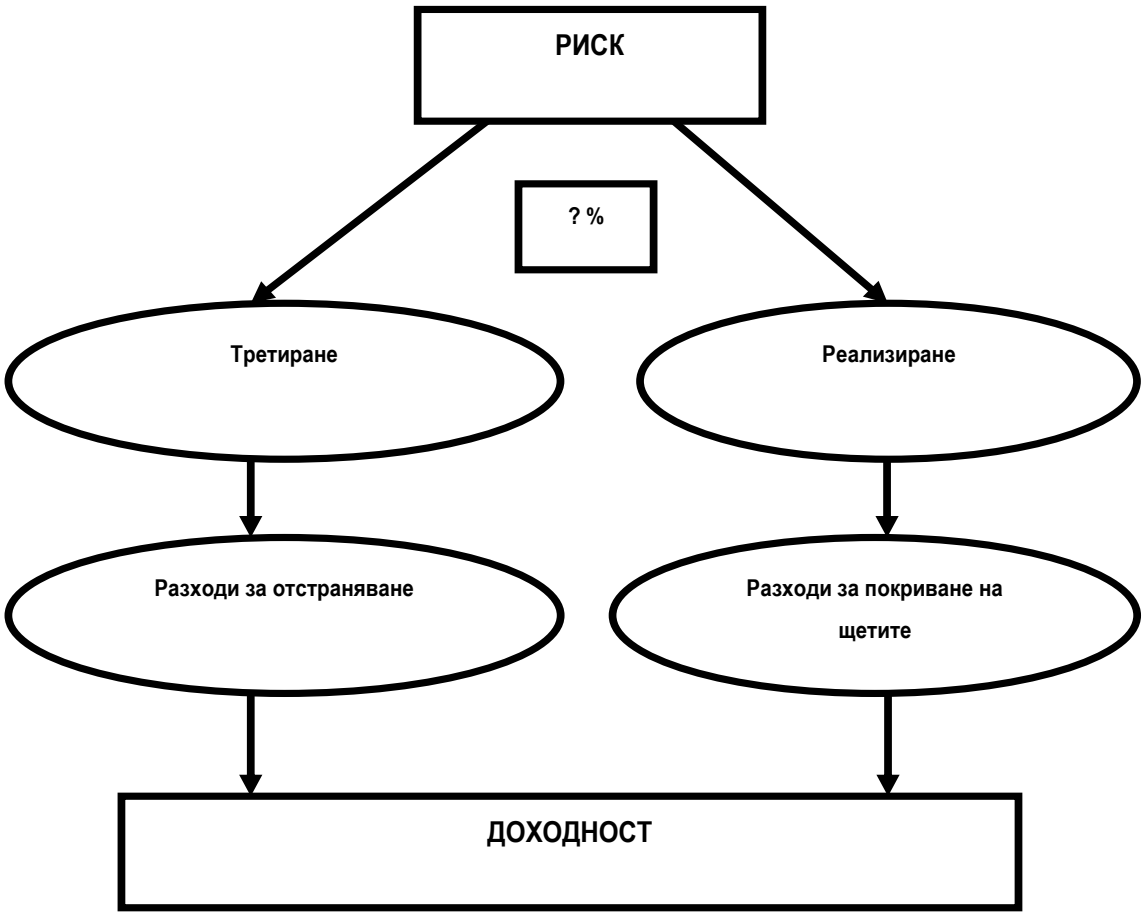
Тези два аспекта са взаимно свързани и обусловени.

От една страна доходността осигурява резерви или буфери за неутрализиране на негативното въздействие на несигурността или реализацията на рисковете.

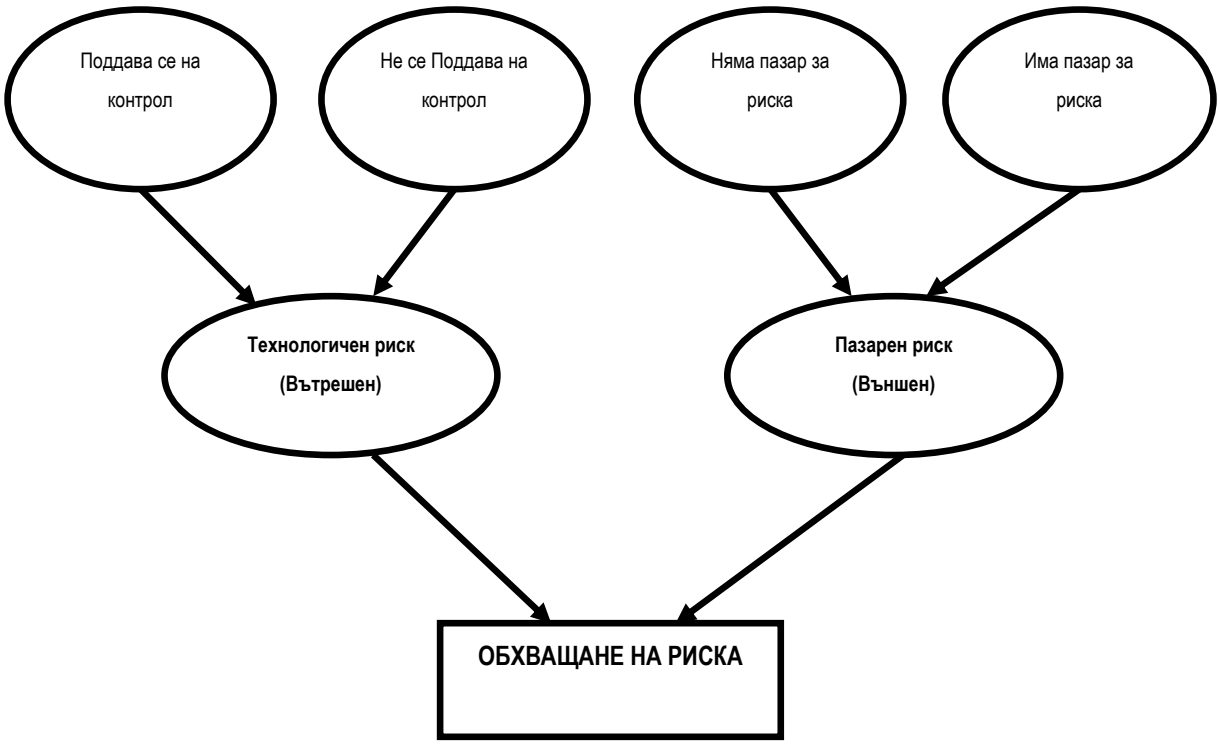
От друга страна реализацията на рискове засяга негативно доходността, а от там и ефективността и ефикасността на вложените фактори на производство. В същото време предпазването от рисковете, генерира разходи и засяга отново доходността (Фиг. 1). Това налага оптимизация или избор за това как, в каква степен, кои рискове да овладяваме.

В този смисъл изучаването на двата аспекта може да се осъществи само едновременно и взаимно свързано.

Най-общо рисковете, на които е изложено едно минно предприятие са вътрешни, произтичащи от конкретната организация на производство и външни произтичащи от средата, пазарна, икономическа социална и природна (Фиг. 2).



Фиг. 1. Връзката риск-доходност



Фиг. 2. Проявление на риска

Не трябва обаче да се бърка вътрешността или външността на несигурността и свързаните с нея рискове с това дали конкретен тип риск подлежи на въздействие (овладяване) от страна на ръководството на минното предприятие.

В този смисъл анализът и управлението (ако е възможно и когато е възможно) на рисковете е един непрекъснат управленски процес, който цели както да се заложи рамката на рисковата политика, така и да се заложат в нея правила, политики и процедури и да се вплетат във всички останали правила, политики, процедури и производствени процеси алгоритми за идентифициране, изчерпателно обхващане, анализиране, оценка и дискреционни решения за предприемане на мерки, реализацията им и контрол на резултатите.

В така очертания проблем, изборът е изследването да се фокусира в управлението на риска като процес и да се изработи ефективна методика за неговото управление и да се оцени вследствие на това способността на конкретната организация да устоява реализацията на конкретни рискове.

На основата на този анализ управлението на рисковете е инвестиция (ангажиране на ресурси), която генерира стойност, произлизаща от превенцията на загуби и следва да постига необходимата изискуема възвръщаемост. Тоест, това е дейност, която следва да бъде анализирана и да й бъде присвоена стойност или норма на възвръщаемост, за да може ръководството на минното предприятие да взема решения.

Актуалност на проблема

Националното стопанство на всяка страна не може да се развива без минерални суровини или без минно производство, а икономиката осигурява необходимите блага за обществото – материални и духовни. От тук проблемът за ефективно управление на минното производство е актуален и винаги ще бъде актуален, поне докато не се премине към някакви други суровинни източници, което е задача на бъдещето.

Отвъд тези най-общи твърдения и в този най-общ план обаче следва да намерим кое прави риска и неговото управление особено актуални в нашето съвремие.

Изброените по-долу фактори на средата въздействат индивидуално и организирано (било то в минни предприятия или университети):

(1) Глобализация
(2) Глобална конкуренция
(3) Изложеност на колебанията на пазара
(4) Сложна и усложняваща се правна рамка
(5) Ограниченост на разполагаемите производствени ресурси и поради (2).

Всеки един от тези фактори предполага изискването за висока ефективност и ефикасност и на минното производство. Ефикасността съдържа в себе си ограниченост на ангажираните ресурси, а от там и изтънели буфери или резерви за носене на риск.

Ето защо въпросът за оптималната политика по управлението на риска е особено важна. По този начин следва да се даде отговор на въпроса, колко и как да се овладяват рисковете, за да се ангажират достатъчно, но не повече от ефективното ниво ресурси, защото второто е пряко свързано с конкурентоспособността и от там способността за устойчиво развитие въобще. От друга страна ако ресурсите ангажирани в управление на риска са недостатъчни, реализацията на рисковете ще осуети устойчивостта на развитие, а в екстремум и съществуването на предприятието.

В този план на мисъл, не всеки риск следва да се третира, а само онези които подлежат на въздействие и при които нетната настояща стойност на прилаганите мерки да е положителна.

Съвременни тенденции в развитието на миннодобивната промишленост

Преди да бъдат разгледани концептуалните проблеми на управлението на риска, е необходимо индикиране ключовите тенденции в развитието на минно-добивната промишленост:

Увеличените темпове на развитие на технологиите и нарастващия глад за промишлени продукти води до покачване потреблението на енергията в световен мащаб. Високият темп на потребителско търсене предизвиква и увеличаване на цените на влаганите ресурси.

Въпреки всичко, прогнозите на анализаторите са очакван стабилитет на производството и потреблението, тъй като това е основно изискване за устойчиво развитие.

В конкретната област на въгледобивното производство, обемът на добива ще се увеличи, последван от разширяване и развитие на открития добив, включително и минния подводен добив от моретата. Достиженията в науката и технологиите ще резултират в комплексно използване на доказаните запаси и ресурси, както и комплексна преработка на добитите въглища и попътно изкопаната скална маса и създаване на безотпадни технологии, което ще доведе до повишаване на рентабилността на производството и до намаляване на замърсяването на околната среда.

Ефектът от Световната финансова криза ще доведе до оптимизиране корпоративната капиталова структура в стопанските организации, ефективно управление на капиталовия ресурс, включително увеличаване на съществуващите запаси и ресурси от въглища в находищата за намаляване необходимостта от строителство на нови рудници. Допълнително ще се наблюдава усъвършенстване на технологичните процеси в минното производство чрез концентрация, автоматизация на производството и рационална организация на труда.

Стремежът към ефективност и развитие води до периодично преутвърждаване на промишлените изисквания за ефективен добив по отношение на качеството на добиваните въглища по категории, отчитайки световните тенденции за ограниченост на ресурсите и понижаване на качеството им в находищата. Създават се нови технологични процеси за добив, чрез подземно и повърхностно излужване, сондажен хидродобив и др.

Насоката към устойчиво развитие води до постоянна рекултивация на земите, нарушени от провеждането на минните работи и възстановяването им към най-близкото до предишното им състояние.

Тези тенденции изискват предприемането на мерки не само за идентифициране, констатиране, анализиране и оценка на възникнването на рисковите явления, но и за прогнозиране проявата на интегрирания риск в минното производство и по-конкретно в подземния въгледобив.

С риск да повторим, тези тенденции изискват оптимизация на дейностите по управление на интегрирания риск с цел устойчиво създаване на стойност.

Концептуални проблеми на управлението на риска

За да се изнамерят работещи методи за управлението на риска научното търсене тръгва от общите постановки за риска, за да може на по-следващ етап да се изследва конкретната им проекция в разглеждания отрасъл.

Най-общо източниците на рискове са предизвикани от:

- Външни причини – промени в макросредата на функциониране с икономически, стратегически, финансов, политически и социален характер на проявяване;
- Вътрешни причини – присъщи са на недостатъчното познаване на състоянието на предприятието като технологична и ресурсна осигуреност, влияние на природните, технологичните и техническите фактори на производството, на тенденциите в тяхното изменение.

Ако рискът не бъде предвиден, той би могъл да се прояви и да доведе до нежелани последствия – технологични, екологически, икономически, увреждане на здравето, социално напрежение, загуби в бизнеса (Табл. 1).

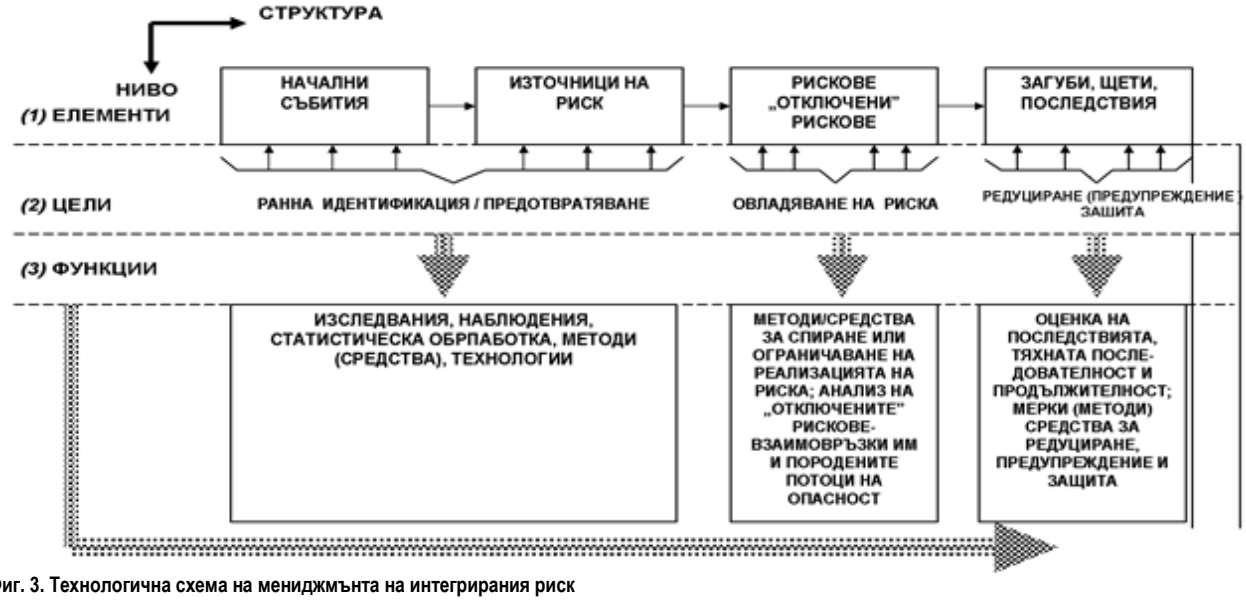
Интегрираният риск по своята същност представлява еднопосочно проявяване на разширителни потоци и опасност, разглеждани като едно обобщено и нежелано събитие. Възниква нуждата от мениджмънт на интегрирания риск, което по своята същност е необходимостта от извършването на оценка и прогнозиране на комплексното възникване и управление на взаимосвързаните рискове.

Таблица 1
Видове рискове и оценка за тежестта им

Видове рискове Оценки за тежест На рисковете	ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЕХНОЛОГИЧЕН РИСК	ИКОНОМИЧЕСКИ РИСК	СОЦИАЛЕН РИСК	ЕКОЛОГИЧЕН РИСК
Рискове с много голяма тежест (в някои случаи с катастрофални последствия)	Руднични пожари и експлозии,с голяма разрушителна сила.	Ликвидация на РПД, поради нерентабилност на производство и др.	Трудови злополуки, с много човешки жертви. Загуба на поминъка на населението, при закриване на рудника.	Необратимо унищожаване на почвата,флората и фауната в региона на РПД за дълъг период от време.
Рискове ,свързани с тежки последствия	Спад на производството и влошаване на качеството на продукцията по технически причини .	Нерентабилност на подземния добив на въглища . Нередовно изплащане на заплатите в РПД.	Високо ниво на професионални заболявания. Нарастване на социално напрежение. Ръст на престъпността.	Недопустимо замърсяване на почвата,водата,и въздуха в района на РПД и извън него.
Рискове, свързани със значителни последствия	Обгазяване, оводняване и скални удари, с временно спиране на работата в рудника.	Спад на производителността на труда. Недостиг на КВ. Висока себестойност на продукцията на РПД.	Ръст на безработицата в региона. Принудително насочване на РС към браншове.	Нарушаване на инфраструктурата на региона. Разработване на каменни кариери за попълване.
Рискове, свързани с минимални последствия	Липса на комфорт на работното място-частично разрушаване на материална част, която е възстановима.	Неадекватно заплащане на труда в РПД.	Намаляване на квалификацията на РС. Спад на нивото на битовите и културните условия за живот.	Влошаване на екологичните условия,без трайни последствия.

Главната цел на мениджмънта се свежда до ранна идентификация на рисковете, на техните източници, вземане на решение за предотвратяване на рисковете и редуциране на щетите, разработване на адекватни мерки

за защита на заетите в производството и извън него, на системите и на околната среда и оценка на относителното влияние на вредите от нежелателните събития (Фиг. 3).



Фиг. 3. Технологична схема на мениджмънта на интегрирания риск

Макроикономически подход към управлението на миннодобивната промишленост с отчитане на интегрирания риск

Оценката на макроикономическата среда има изключително влияние върху цялостната дейност на минното производство и от там върху свързаните, потребяващи неговата продукция, отрасли. Тази обвързаност не позволява намирането на алтернативни суровинни решения в кратък период от време, поради високия капиталов ресурс за производството и дългия срок на неговата възвръщаемост. Същевременно минералните ресурси са национално богатство, което е свързано с изисквания за неговото пестеливо използване и съхраняване за дълъг период от време.

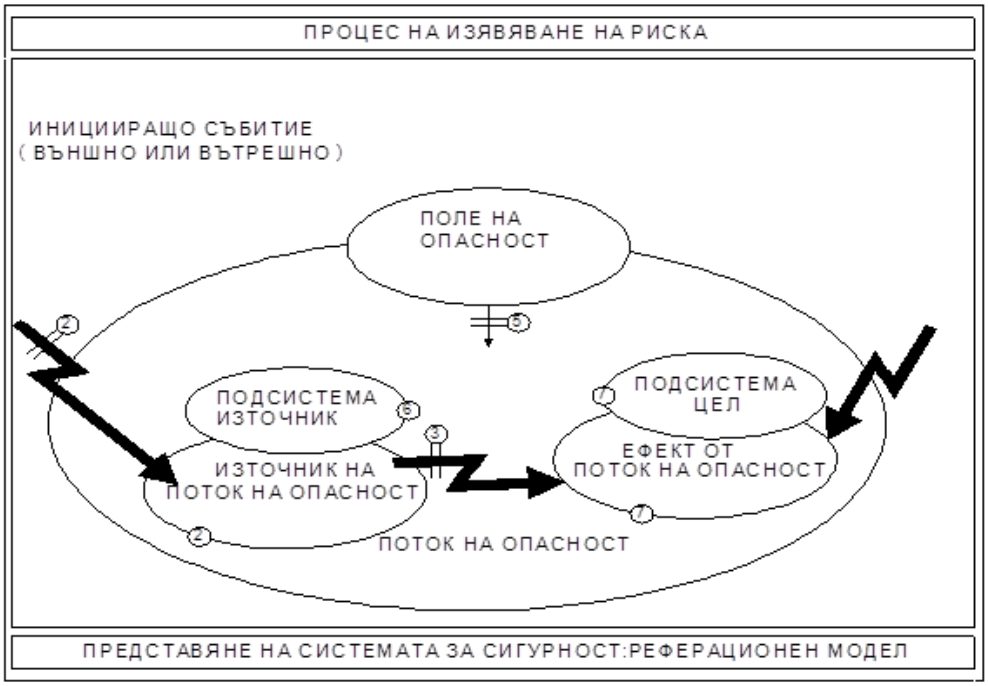
Миннодобивното производство се характеризира с някои типични особености. Обработваното находище се намира „принудително" на точно определено от природните фактори място, не е възможно да се прави избор в зависимост от индустриалната структура и инфраструктурата. На второ място, провеждането на минните работи като цяло – суровинни и материални ресурси, произвеждана продукция и цени се отразяват директно на преработващите и потребяващите отрасли и рефлектира на национално равнище. Но взаимовръзката е двупосочна - минното производство функционира неизбежно съвместно с редица други регионално представени структури, тези функционални връзки остават и след изчерпване на находището, но вече съответстващи на променените условия. По икономически съображения, обаче, трябва да се прецени дали изобщо да се разкрива ново находище, ако може да се използва все още вече експлоатираното.

Системен анализ на възникването и развитието на интегрирания риск

За да се управлява едно явление, то трябва първо да се идентифицира, обхване и изучи. Настоящата глава обрисува търсенето на последователен, логичен и като цяло систематизиран подход, по който да бъде сторено това.

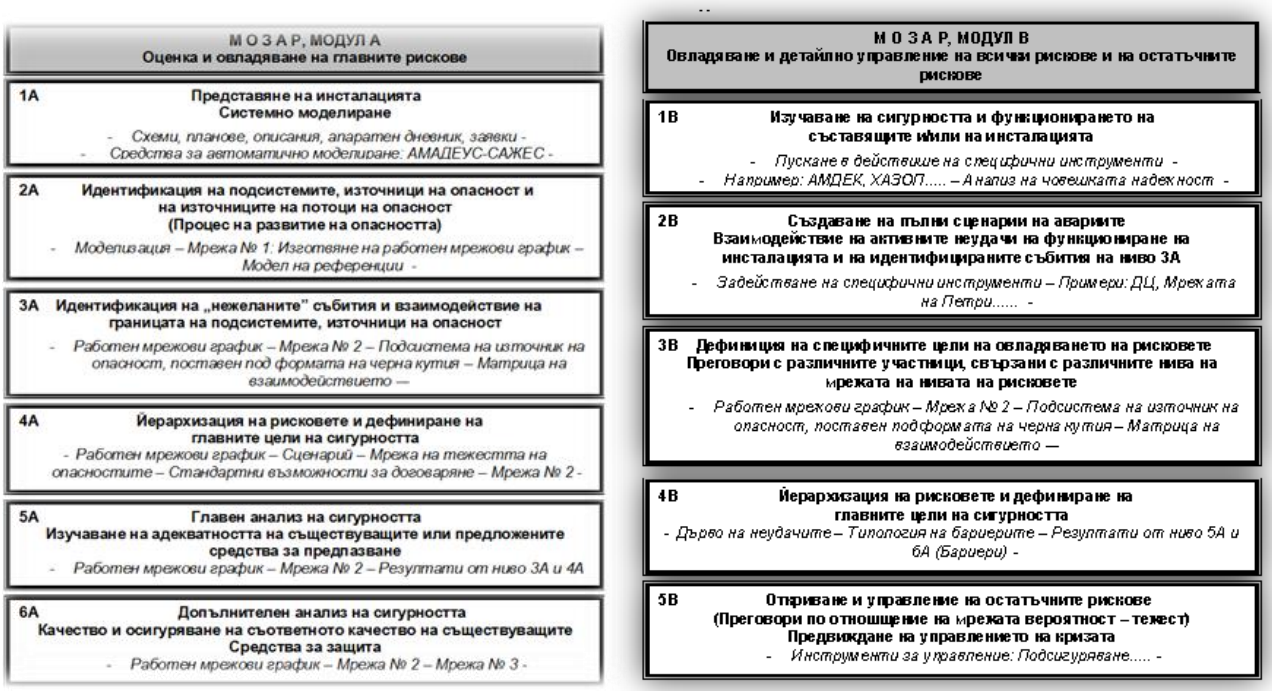
Методичен подход за изследване на риска

Изборът в конкретния труд е да се започне от едно минно предприятие на въгледобивното производство, да се премине към подотрасъла на минното производство и да се завърши на отраслово (макро) равнище – миннодобивната промишленост (Фиг. 4).



Фиг. 4. Методичен подход за изследване на риска

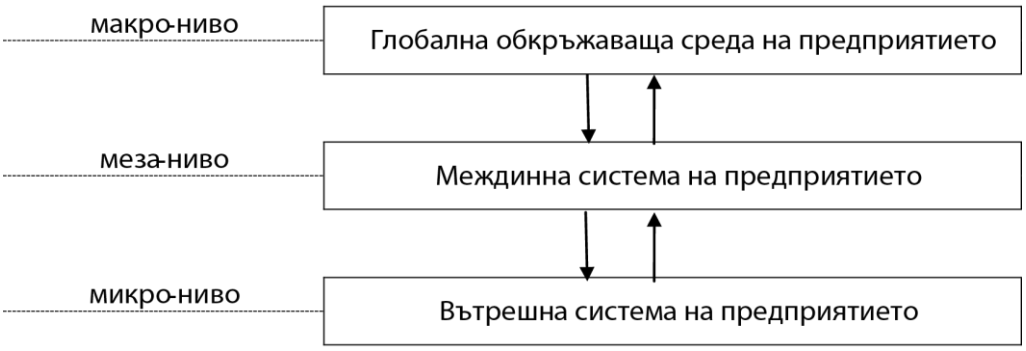
Основен методичен подход за изследване и управление на риска е системата MOSAR (Фиг. 5). Той съчетава системен, йерархичен диалогов и технико-икономически подход.



Фиг. 5. Мозар модул А и модул В

Дефиниране на системата. Системно моделиране

Минното производство най-общо се разглежда като система, състояща се от множество взаимно свързани елементи, всеки един от които принадлежи на конкретно ниво (или подсистема (Фиг.6)). Разбира се последното е условно, защото въздействието между елементите от системата върху цялата система е водещия критерий за относителната важност и способност за генериране на риск от страна на всеки един елемент.



Фиг. 6. Дефиниране на система

В разработения модел съществена роля има взаимодействието на системата с маркетинговата под-система, защото в условията на пазарна икономика, дадено предприятие съществува и функционира за и на пазара и всяка една реализация на риск намира своето отражение върху тази подсистема, която пък от своя страна засяга целостта и интегритета на системата.

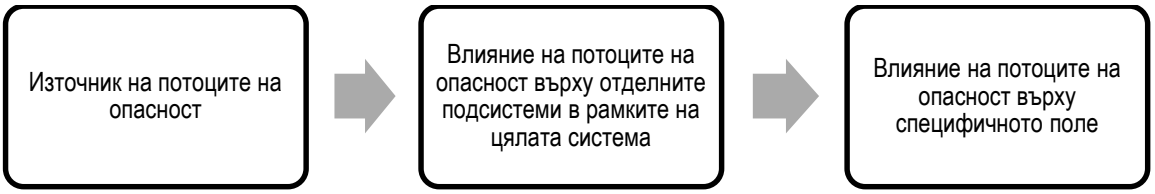
Структура на микро-ниво

Същинският анализ на риска преминава от общото към конкретното, като започва от макро, преминава през мезо и стига до микро ниво. Тези нива взаимно си проектират въздействие, но основното е, че макро и мезо нивото дефинират изискванията към микро-нивото. По този начин се дефинират и разглеждат управляемите обекти, процеси и дейности и съответните управленски функции на микро-ниво.

Идентификация на нежеланите събития

Следващ етап от управлението на риска е идентификацията и систематизацията на нежеланите събития. Разбира се конкретно предприятие може да е изложено на проявлението на конкретни отсъстващи от предлаганата класификация риск. Важно е да се отбележи, че идентифицирането на рисковете е динамичен непрекъснат процес и не следва да се разчита на статични номенклатури на риска (Фиг. 7).

Най-общо нежеланите събития са класифицирани по следния начин (Табл. 2):



Фиг. 7. Влияние на източника на опастност

Таблица 2
Класификация на нежеланите събития

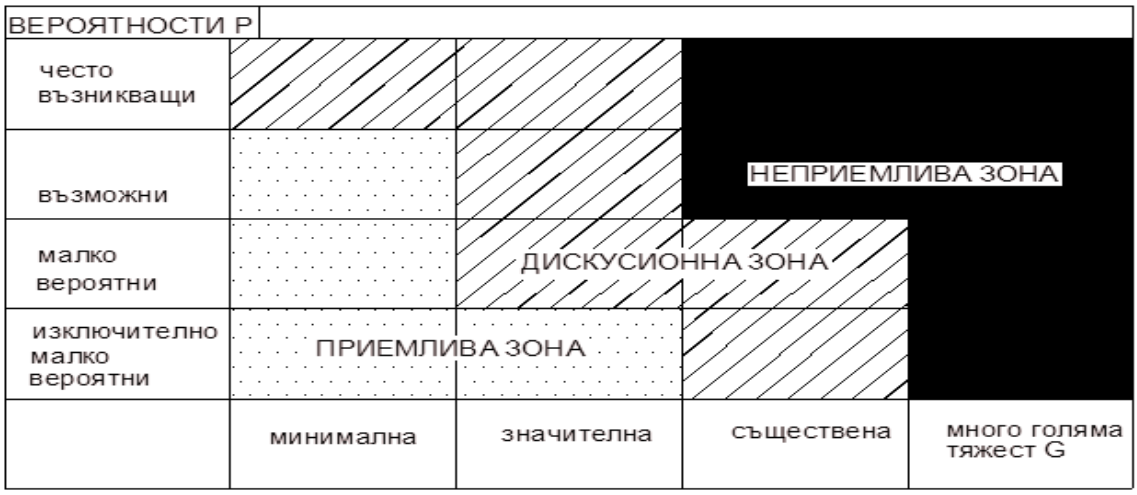
Нежелано събитие	Същност
Провокиращи събития, източници на опасност	вътрешни и външни; влияят върху нормалното функциониране на дадена подсистема и провокират пораждането и в нея на потоци от опасност;
Подсистемите, като източници на потоци на опасност	това са подсистемите, които с редица свои параметри се "възбуждат" и се превръщат при определени условия в източник на поток на опасност. Този поток се "излъчва" извън подсистемата, като се превръща, от своя страна, в провокиращо събитие към други подсистеми
Влияние на специфичното поле	онази част от външната среда, в която възникват провокиращи събития не само към конкретната подсистема, но и върху системи от по-висок ранг от мезо-системата, чийто елемент е съответната подсистема;
Потоци на опасност,възбудени от подсистемата	те се формират по вид (материални, енергийни, информационни), със съответните си количествени и качествени параметри;
Влияние на потоците на опасност върху специфичното поле и върху други подсистеми	потоците на опасност, инициирани от дадена подсистема в рудника за подземен добив от своя страна въздействат, както върху специфичното поле, така и върху други подсистеми от външната спрямо конкретната производствена система среда.

Йерархизация на рисковете и дефиниране на главните задачи за тяхното овладяване

За оценката на риска от съществено значение са 2 основни критерия, илюстрирани в таблицата по-долу (Табл. 3):

a. Вероятност за възникване на риск
b. Значимост на негативните последствия от риска

Таблица 3
Критерии за йерархизация на рисковете



Дефиниране на средствата за предотвратяване и за предпазванеот рискови ситуации

След идентификация на рисковите събитие и измерването на възможните негативни последици от тяхната реализация, на преден план излиза дефиницията на необходимите мерки за избягването на отрицателните резултати. Най-общо предотвратяването и предпазването от рискови ситуации цели:

- неутрализиране на провокиращите събития към отделните подсистеми;
- неутрализиране на потоците на опасност, излъчвани от тези подсистеми;
- неутрализиране на влиянието на специфичното поле, като източник на опасности.

Средствата, постигащите гореизброените събития са бариерите за овладяване на рисковете и могат да бъдат класифицирани в два основни вида – Б-1 и Б-2 (Табл 4).

Таблица 4
Видове бариери

БАРИЕРИ „Г" / БАРИЕРИ"Б"	Г-1	Г-2	Г-3	Г-4
Б-1	**Б-1.1а:** Икономически механизми за работа на РПД в пазарни условия	**Б-1.2а:** Технически системи за контрол, предупреждение и аварии в РПД. **Б-1.2б:** Правилници по техника на безопасността.	**Б-1.3а:** Обзавеждане на медицински пунктове за ранна диагностика и лечение на професионалните заболявания. **Б-1.3б:** Осигуряване на предпазващи и защитни средства.	**Б-1.4а:** Мониторинг на околната среда в региона на РПД. **Б-1.4б:** Създаване на съпътстващи екозащитни системи за станции (преработващи, пречиствателни и пр.).
Б-2	**Б-2.1а:** Организация на производството, труда и управлението в РПД. **Б-2.1б:** Квалификация на ръководния персонал в РПД и др.	**Б-2.2а:** Обучение и инструктаж на персонала за действие в аварийни ситуации. **Б-2.2б:** Повишаване на квалификацията на персонала. **Б-2.2в:** Контрол на психологичното състояние на персонала в рудник	**Б-2.3а:** Синдикална и друга защита на РС. **Б-2.3б:** Осигуряване на условия за живот на семействата на работниците. **Б-2.3в:** Създаване на школи за изпреварващо пренасочване на работниците.	**Б-2.4а:** Създаване на граждански сдружения за екозащита. **Б-2.4б:** Провеждане на екологично ориентирани научни приложни изследвания в областта на ВП и МП.

Бариерите от вида Б-1, които се осъществяват без човешка интервенция, действат автоматично. Например, при технологичния риск това са т.нар. технологични бариери - системи за защита, за автоматичен контрол, за регулиране и управление на технологичните процеси и др. При икономическия риск това са различните механизми за въздействие на базата на закони, наредби и разпореждания, определящи вида и формата на контрола в рамките на управлението на икономиката. При социалния и екологичния риск, освен аналогични механизми на законова основа, съществуват и технологични бариери, напр. Свързаните с мониторинга на околната среда, със здравния риск и др.

Вторият вид са бариери от вида Б-2 изискват човешка интервенция. Те се основават на предписания или нареждания, на правилници или инструкции в самата система. Могат обаче да се активират от някой елемент на бариерите Б-1, или в резултат на текущо наблюдение на развитието на процесите в системата.

Разбира се първите или Б1 са резултат от предварително дефинирани и заложени решения обект на предходна работа по овладяване на риска. Това дали едно реактивно действие може да бъде автоматизирано или не е интересен проблем, който може да бъде обект на допълнителна изследователска дейност.

Заключение

Оценката в национален аспект за ролята на минната промишленост и в частност на въгледобива за икономиката е въпрос, който се нуждае от промяна на макроикономическата политика към този отрасъл. Общите теоретични и методични въпроси за идентификация, регистриране и оценка на вредните въздействия на рисковите фактори служат за формулиране на областите на влияние на видовете риск в производствената среда. По този начин седефинира интегрирания риск, като специфичен клас в проблематиката на риска, чрез органично съчетание на разнородни рискове - технологичен, икономически, социален и екологичен. От тук се преминава към фундаменталното формулиране на основните проблеми на минното производство в контекста на риска и интегрирания риск в съвременните условия на преструктуриране на икономиката и на все още сериозни последствия от глобалните и национални прояви на кризисни явления. Последната стъпка от процеса на управление на риска е изясняване необходимостта и ролята от различен макроикономически подход към решаване на проблемите в минната промишленост и по-конкретно към подземния въгледобив с високо рискови условия.

Литература

Аначков, Costs of Coal Pollution Abatement, 1983.

Аначков, Coal Environmental Policies and Institutions, 1987.

Бранкова-Златанова Богдана, Стратегически рискове за минните проекти, София, 2013.

Велев Милчо С., Подземен въгледобив, Техника, С., 1986.

Документация по проект TEMPUS 2154/91, Технически Университет - София, на тема "Технологичен риск".

Драганов Л., надземно минно строителство, Техника, С., 1977.

Драганов Хр. и др., Управление на риска (застраховане), изд. Форком, С., 1998.

Колектив от МИНПРОЕКТ - ЕАД, отдел "техническа безопасност", Оценка на риска при камерните системи на разработване в рудниците на Бобовдолския въглищен басейн, С., 1997.

Методика на Международната агенция по атомна енергетика (МААЕ) по проблемите на рисковете и ядрената безопасност, под ред. на д-р Ремингтон - Главен директор на Изпълнителния орган на Британското правителство по въпросите на здравеопазването и безопасността (ИОЗБ), Broad Lane, Sheffild S3 7HQ, (превод от англ.) изд., къща ЛИТАВРА, С., 1994.

Москов А., Управление на интегрирания риск (методични материали), ТУ - София, 1993¸1989 г.

Тодоров А., Н. Царевска и др., Организация и управление на минната промишленост, Техника, С., 1990.

Хенце Йоахим, Проблеми на управлението при прехода към пазарна икономика (б. "Мениджмънт при прехода към пазарно стопанство")(прев. от немски), С., 1991.

Царевска Н., Б. Желязкова, Д. Шекерджиева, Икономика на Минната промишленост, наука и изкуство, С., 1985.

Цекова Ст., Прогнозиране и ограничаване замърсяването на природната среда с прах от отпадъкохранилищата (на минно-металургичните производства в периода на експлоатацията им, дисертация, МГУ, 1979.

Actes des Assises Internationales des Formations Universitaires et Avancees dans le domains des sciences et Techniques du Danger (сб. доклади), Bordeaux - Le Lac, France, INFORISK, 1993.

Dornbusch R., S. Fischer, Macroeconomics, Department of Economics, Massachusetts Institute of Technology, II изд., Int. Student Edition, Mc CRAW - HILL Int. Book Company, copyright, C, 1981.

Douglas E.J., Managerial Economics. Analysis and Strategy, Prentice - Hall Int. Editions, 1989.

Essinger J., J. Rosen, Using Technology for Risk Management, Woodhead - Faulkner, 1991.

Frankl E., Project Management in Engineering Services and Development, Butterworths, London, 1990.

Mac Crimmon D., A. Wehrang, Taking Risks. The Management of Uncertainty, The Free Press, N.Y., London, 1988.

Perilhon P., Methode Organisee Systemique d'Analise des Risques (MOSAR), Universite Bordeaux I, C.E.A.INSIN, 1992.

Perilhon P., Stage des ingenieurs de Securite (Analise de securite d'une instalation). Integration a la conception d'une instalation en projet. Diagnostique d'une Instalation Existante, INSIN (Institute National des Sciences et Techniques Nucleaires), C.E.A., Grenoble, 1993.

Perilhon P., Structure des principeax risques, ENSIN, 1994.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНСКАТА БИЗНЕС СТРАТЕГИЯ ВЪРХУ ИНОВАЦИОННИЯ КЛИМАТ В КОМПАНИЯТА

Десислава Костова

Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски", 1700 София

РЕЗЮМЕ. Успешното управление в организацията несъмнено е плод на множество фактори, подбуждащи хората към ефективна работа и използване на собствения потенциал. Наличието на многообразни концепции и възгледи по този въпрос е свидетелство за голямата сложност на проблемите за мотивацията на личността, лидерството и властта, вътрешногруповите и междугруповите взаимодействия, споделените ценности и честността, интегритета на компанията и др. като едни от основните фактори за постигане целите на организацията. Промените във всеки един от тези фактори играят роля върху иковационното ниво на всяка организация, индивидуалната инициатива, рисковото толериране, интеграцията, управленската поддръжка, контрола, идентичността и др. Статията се фокусира върху влиянието на редица управленски похвати, действия и техники, водещи до успешното иновационно развитие на компанията. Налага се разбирането за човешия характер на организацията, което позволява успешно да се управляват вътрешноорганизационните взаимодействия, както и взаимоотношенията с външната среда с цел постигане на максимални резултати и разкриване на творческия потенциал на хората.

INFLUENCE OF MANAGING STRATEGY ON COMPANY INNOVATION CLIMATE

Desislava Kostova
University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia

ABSTRACT. Organizational successful management is a result of various factors stimulating people to efficient work and high potential. Different theories and conceptions prove the complex nature of person's motivation, leadership and authority, relationships in the frames of the groups and between the groups, shares values and honesty, company integrity etc. as one of the main factors for organizational targeting. The changes in each of these factors play a significant role in the innovation company development, personal initiative, risk tolerance, integrity, management support, control etc. The paper focuses on the influence of the number of management approaches, technics etc, bringing the successful innovation development. The conception of the human nature of the organization can be defended leading to high financial results and creative people's potential.

Въведение

Стратегията на фирмата е съвкупност от решения, които отразяват начините, по които ще се използват ресурсите и конкурентните предимства, за да се постигнат дългосрочните цели на фирмата (Славова, М., Петров, М., 1996). Тази дефиниция интегрира иновационната стратегия в общата бизнес стратегия, включваща пазари, продукти и технологии, използвани в дейността на компанията.

Различните подходи, методи и средства за мениджмънт на иновациите и инвестициите в условията на пазарна икономика изясняват съдържанието и начините на изпълнение на този мениджмънт, включващ прогнозиране, планиране, организиране изпълнението, координиране и контрол.

В старанието си да се приспособяват бързо към променящите се възпроизводствени условия компаниите променят своята структура и научни звена, тяхното взаимодействие с останалите отдели с цел създаване на нови продукти и технологии, разнообразяват формите на кооперирание и т.н.

Иновационни структури за генериране на идеи

Фирмената организация на иновацията познава няколко типа иновационни структури, различаващи се по степен на обвързаност на служителите, разработващи иновацията с основните отдели, в които работят, и с проекта (Славова, М., Петров, М., 1996):

- функционална организация (0%-20%)
- функционална матрица (20%-40%)
- балансирана матрица (40%-60%)
- проектна матрица (60%-80%)
- венчър (вътрешен, външен) (80%-100%)

Степента на обвързаност на участниците с иновационния процес нараства в посока „венчър", при който: правото на лидера да взима решение е почти абсолютно; независимостта на участниците от отделите е голяма; времето, което се отделя за проекта от участник е цялото; значението на проекта е голямо; степента на риск на проекта за фирмата е висока; способността на екипа да наруши фирмената политика е почти пълна; независимото

финансиране е пълно; традиционната фирмена дейност се нарушава.

Посочените организационни форми не са табу, а непрекъснато еволюират, пораждайки нови такива с цел удовлетворяване на по-високи критерии. Честа фирмена практика е комбинирането на няколко структури за управление на иновациите, като при малкия и среден бизнес обикновено се започва с функционална организация.

Последните десетилетия свидетелстват за развитие на широк международен технологичен обмен, който спестява време и финансови ресурси и намалява риска при създаване и внедряване на нови продукти и технологии. Ефективни и рентабилни са онези компании, които, независимо от високо развития си научен потенциал, разумно преценяват целесъобразността от провеждането на собствени научни разработки или придобиване на научни продукти в резултат на подходящ технологичен трансфер.

Управлението на иновационния процес в компаниите, като част от мениджмънта, е основа за развитието на техния бизнес. Така, използването на творческия потенциал на фирмата е обективна предпоставка за получаване на допълнителна печалба върху инвестициите за научна дейност. Този творчески потенциал се продуцира от човешките ресурси и човешкия фактор с неговата квалификация, мотивация, индивидуална инициатива, споделени ценности и т.н. Именно човешкият фактор генерира идеите, от които се раждат новите продукти, услуги и технологии.

Процесът на генериране на идеи е сложен и многоаспектен. Векове ни делят от творческите търсения на учени, работещи в примитивни и едва ли не мистериозни условия. Днес генерирането на идеи е творчески процес за създаване на голям брой идеи за нови продукти. Броят на тези идеи е свързан с това колко добри са те за дадена компания. Често по една или друга причина много оригинални идеи не са били реализирани и с времето безвъзвратно са изчезвали.

В своята книга 'Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles", 1986 („Новаторство и предприемачество: Практика и принципи") големият американски икономист Питър Дракър разглежда новаторството и предприемачеството като целенасочени задачи, които могат да се организират и които се третират като част от ръководната дейност. Според Питър Дракър преуспяващите предприемачи не чакат докато „музата ги целуне", за да им разкрие някоя ярка идея. Те просто работят.. На тези предприемачи, които започват с мисълта, че ще направят нещо грандиозно, при това набързо, може да се гарантира провал... Нововъведенията със скромни интелектуални претенции могат да се превърнат в гигантски, високорентабилни стопански организации.

Безспорно е, че добрите организационни структури са предпоставка за постигане на иновационните цели. Предимства спрямо конкурентите имат онези компании, които създават структури, позволяващи на персонала да развива успешна иновационна дейност. Мотивацията на най-важния ресурс – човешкия фактор- поощрява истинското иновационно поведение.

Стил на управление на иновациите

Стилът на управление на иновациите-управленски, консултативен или предприемачески-се определя от естеството на самите иновации, т.е. от производствената номенклатура на компанията до т.н. базисни иновации с висока степен на полезност.

Без да пренебрегваме трите условия на Питър Дракър за успех на иновациите, а именно:

- новаторството е работа
- за да успеят, новаторите трябва да разчитат на своите сили
- новаторството означава ефект върху икономиката и обществото

бихме добавили още едно съвременно условие: новаторството е формализиран процес със силна управленска подкрепа.

Независимо от подходите за управление на иновациите, създаването на среда за творческо мислене, интерес към работата, взаимно доверие, комуникативност, стремеж към себереализация и самоусъвършестване са елементите на един колективен процес, разгръщащ потенциала на хората. Част от тези елементи са навлезли в полето на анализите на организационното поведение, обхващайки хуманистичните организационни теории, в които човешкият фактор се поставя наред с печалбата. В тази светлина организацията, от генерираща продукти и печалби, става съществена част от живота на своите служители, задоволявайки техните социални, морални, етични и интелектуални потребности. Чуството на взаимност на интересите в добре функциониращия екип води до успех и високо качество на иновацията. Ролите на участниците в екипа не са стационарни, а се променят с развитие на идеята за иновацията.

Т.н. движение за „човешки отношения", формирало се в резултат на хоуторнските експерименти (1924-1932г) и други сходни, носят в себе си прогреса в развитието на съвременните организации. Неформалните аспекти на „организационния айсберг" – отношения, ценности, чувства, взаимодействия, групови норми, неформални лидери и други-са в основата на управлението на творческите иновативни личности, като се съчетава контролът при изпълнението с предоставянето на необходимата свобода за разгръщане на техния потенциал.

Ключовите организационни ценности в рамките на организационната култура:

- индивидуална инициатива
- рисково толериране
- необходима насока
- интеграция на звената

- управленска поддръжка
- контрол на поведението
- иденстичност с организацията
- система за възнаграждения
- толериране на конфликта
- модел на комуникиране (Владимирова, К., Йорданов, К., Стефанов, И., Костова, Д., 2012)

лежат в основата на практическото системно новаторство.

Благоприятните възможности за иновации са разнообразни и често са обект на системен анализ. Класическото системно новаторство извежда на преден план седем източника на такива благоприятни възможности за нововъведения, като първите четири са т.н. вътрешни източници (в рамките на организацията):

- неочакваното- неочакван успех, неочакван провал
- несъответствието- между реалността, каквато е в действителност, и реалността, каквато трябва да бъде"
- нововъведението, което се основава на процесна нужда
- измененията в производствената или пазарната структура и т.н. външни източници (извън организацията):
- демография
- измененията във възприятието, настроението и смисловото натоварване
- ново знание (Dracker, P., 1985)

Тези класически форми на набирането на множество нови идеи се обогатяват в съвременната иновационна бизнес среда. Така, разнообразни са вътрешните източници на идеи, породени от научноизследователската активност на компанията, нейните маркетингови проучвания, стратегическо планиране и т.н. Постоянно се разширява и кръгът на външните източници на идеи, идващи от потребители, доставчици, контакти с външни браншови организации, конкурентни фирми, рекламни агенции, научнооразователни и научноизследователски институции, информационно осигуряване и т.н. (Георгиев, Ив., Цветков., Цв., 1997). Действащите стопански организации, които успешно правят нововъведения, използват целия комплекс от външни и вътрешни източници на идеи, създавайки климат на възприемчивост и осъзната нужда от иновации.

Когато говорим за иновации, винаги възниква въпросът за очакваната възвръщаемост и инвестиционния риск. Според теорията на инвестициите основните групи рискове са: макрорискове, мезорискове и минирискове (Петранов, Ст., 2010).

Бизнес рискът и мениджърският риск, класифицирани към минирисковете, са свързани с конкурентността на предприятието и неговия пазарен дял, ефективността и поведението на мениджмънта на компанията, неговите управленски действия и мотивация и евентуалната му неспособност да отговори на инвеститорските очаквания. Всички тези фактори влияят върху по-добрите или по-лошите бизнес резултати, определяйки по-благоприятен или по-неблагоприятен иновационен и инвестиционен цикъл.

Заключение

Новаторските усилия като правило винаги са повече, а получените резултати по-слабо изразени от очакваните. За да направи съществуващата компания новаторска, нейният мениджмънт трябва умело да планира, координира и контролира създаването на нови продукти, услуги и пазари. Така нейните новаторски намерения ще се превърнат в новаторски резултати. Управлението трябва да гледа на иновациите като на необходима благоприятна възможност, а не като на заплаха. Новите продукти, услуги, процеси и технологии, върху които работи днес, ще променят в положителна насока утрешния ден на всяка компания. За съжаление в статията липсва българският нюанс на онова, което се случва в страната по отношение на иновационната политика. Съществуващите български специфики често са котрапродуктивни. Въпреки това, в областта на добивната индустрия могат да се посочат редица компании, постигнали високи финансови успехи в резултат на доброто разбиране на иновационните процеси в реалния свят и осмисляне на практиката на инвестиране. За пълнота на изложението подобни примери ще бъдат изнесени в бъдещи разработки.

Литература

Владимирова, К. , К. Йорданов и Н. Стефанов. (1998). Управление на човешките ресурси. Организационно развитие. С. , Стопанство, 353 с.

Георгиев, Ив. и Цв. Цветков. (1997). Мениджмънт на фирмените иновации. С. Стопанство. 323 с.

Костова, Д. (2012). Организационно поведение. С. , МГУ, 200 с.

Славова, М. и М. Петров. (1996). Иновации. Как да превърнем идеята в продукт. Варна, Princeps, 1996. 266с.

Dracker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. N. Y. Harper and Row Publishers, 1985. 347 p.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

ОБЗОР НА ДАНЪЧНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИЯ - СЪСТОЯНИЕ И НЕОБХОДИМИ ПРОМЕНИ

Емил Димов

Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски", 1700 София, e-mail: emil_dimov@abv.bg

РЕЗЮМЕ: България е страната с най-ниски данъци в Европейския съюз. Данъчната система обаче е един от лостовете за постигане на икономически растеж, които не се използват пълноценно. Промените в нея трябва да се обмислят изключително внимателно и да се ползват с обществена подкрепа.

OVERVIEW OF THE TAX SYSTEM IN BULGARIA - STATE AND NECESSARY CHANGES TO BE MADE

Emil Dimov
University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, e-mail: emil_dimov@abv.bg

ABSTRACT. Bulgaria is the country with the lowest taxes in the European Union. The Tax system , however, is one of the levers of economic growth , which is not fully utilized. Any changes in it should be considered very carefully and receive public support.

Въведение

Един от най-важните елементи на финансовата система е данъчната система. Тя представлява съвкупност от действащите данъци, тяхната организация (начините на изчисляване, събиране и контрол) и органите, които провеждат данъчната политика. Във функционален аспект системата включва прилаганите данъци и тяхната организация, а в институционален аспект – органите и институциите, които приемат законите за данъците и органите на изпълнителната власт, които организират събирането на данъците и контрола върху данъчното облагане. Системата бива монистична или плуралистична, както и историческа или рационална.

Винаги е съществувала идеята за поемане на цялото бреме на държавата с един единствен данък. Тя се нарича "Хипотеза за единствения данък". В зависимост от това къде са се виждали източниците на богатството, различните школи са предлагали различен единствен данък, с налагането на който да се формира монистична данъчна система. Меркантилистите, които смятали, че източник на богатството е външната търговия, предлагат да се облагат само доходите от тази търговия. Физиократите, според които селското стопанство е източник на богатство, считат, че най-правилно би било да се облагат само доходите от селското стопанство. В последствие са съществували идеи да се облагат с данъци единствено доходите от енергетиката, индустрията, трудовите доходи. Тази идея не се реализира, защото това би бил много тежък данък и би разпределил твърде несправедливо данъчното бреме.

Съвременните данъчни системи са плуралистични - в тях действат повече от един вид данъци, прилагани повече или по-малко съгласувано. Големият брой данъци се дължи на разширяването на обектите на облагането и на необходимостта от осигуряване на финансов ресурс, за да може държавата да изпълнява функциите си.

Популярна е концепцията на А. Лампе за „данък център" и „данъци сателити".

При историческата данъчна система съвкупността от данъци възниква главно на историческа основа. Системата от данъци възниква и се утвърждава спонтанно и в резултат на конкретни обстоятелства и нужди от финансови средства на държавата. Във времето данъците са се наслагвали към съществуващите.

Рационалната система – е тази система, при която действието на отделните видове данъци и на всичките заедно е съгласувано и подчинено на реализирането на поставените от държавата цели и задачи. Рационалната данъчна система е съзнателно изграден и целенасочено действащ вграден индикатор, регулатор и стабилизатор на икономиката и националното стопанство.

През последните години се налагат нови изисквания към данъчната система. Тези изисквания могат да се систематизират по следния начин.

1) Икономическа ефективност, което означава че системата не трябва да възпрепятства ефективното разпределение на ресурсите

2) Административна простота, т.е. да се прилага лесно и да е относително евтина.

3) Гъвкавост – в смисъл да реагира бързо на промените в икономиката.
4) Справедливост.

Тенденцията е към рационализиране на съвременните данъчни системи, както и към хармонизирането им.

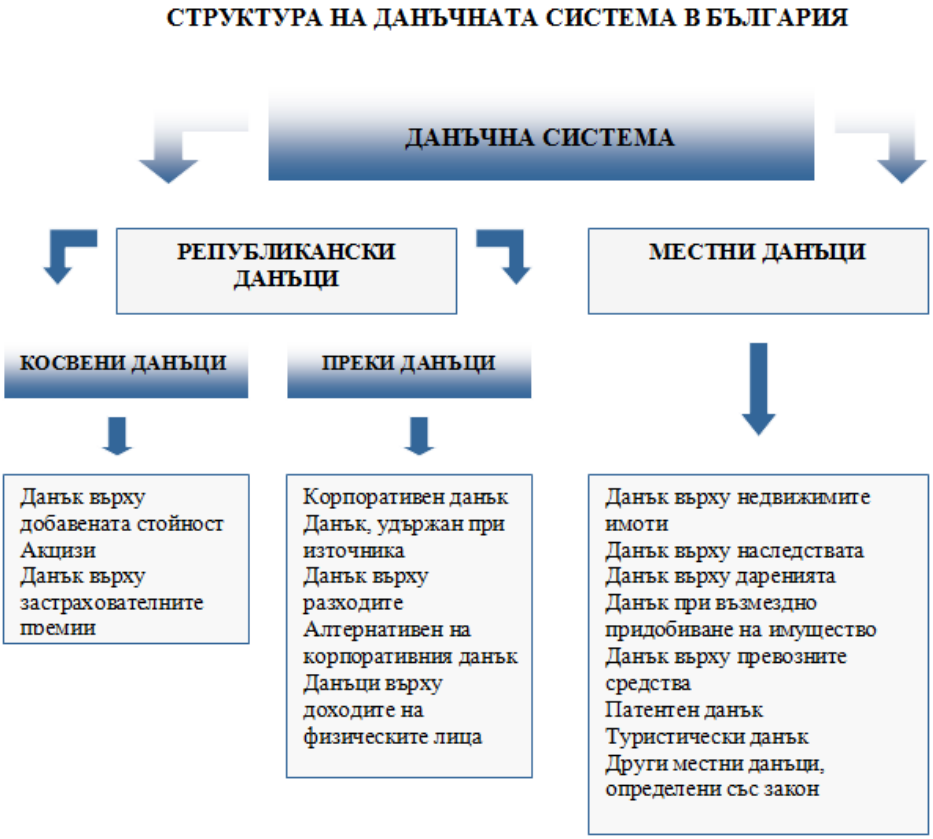
Съвременните данъчни системи на повечето развити страни са плуралистични и рационални с наличие на исторически елементи. Както ще видим, българската данъчна система е плуралистична, но по-скоро от исторически тип с наличие на рационални елементи.

Също така с понятието данъчна система обикновено се обозначава основната "вътрешнофискална" структура – тази на съотношението между бюджетните приходи от косвени и преки данъци. По въпросния критерий данъчните системи в света се делят на три вида: · подоходна данъчна система – тази, при която в приходите на държавния бюджет преобладават приходите от преките данъци (т.е. приходите от данъка върху доходите на физическите лица и от корпоративните данъци); · потребителска данъчна система – тази, при която в приходите на държавния бюджет преобладават приходите от косвени данъци (от данъка добавена стойност или данъка върху оборота, от акцизи и от мита); хибридна данъчна система, при която приходите от косвени и преки данъци са приблизително с еднакъв дял в приходите на държавния бюджет.

Данъчната политика представлява съвкупността от мерките и мероприятията в областта на данъчното облагане, прилагани от държавата за постигането и решаването на определени фискални, социално-икономически, икономически и други цели и задачи.

Данъчните системи на отделните страни се формират под въздействието на цял комплекс от исторически, икономически, политически и социални условия. Във всички случаи подборът на данъците в данъчната система, тяхната структура, равнището на данъчните ставки, данъчната база, данъчните облекчения и намаления и др. имат ярко изразен национален характер. Заедно с това, развитието на интеграционните процеси и глобализацията на стопанската дейност налагат хармонизацията на данъчното законодателство в регионален и даже в световен мащаб. Това поставя пред всяка страна трудната задача да търси оптимално съчетаване и адаптиране на националните особености и конкретните проблеми на данъчното облагане с европейските тенденции и стандарти. Не случайно процесът е продължителен и сложен даже в такива, достигнали висока степен на интеграция, общности като Европейския съюз (ЕС). Той е още по-труден за страни като нашата, с дълго продължил преход от планово стопанство към пазарно икономическо регулиране и организация.

Структурата на данъчната система в Р. България е представена на Фиг. 1 (Структура на данъчната система. МФ. 2013).



Източник: Структура на данъчната система. МФ. 2013. http://www.minfin.bg/bg/page/172

Фиг. 1. Структура на данъчната система в България

Видове данъци

Видовете данъци в Р. България са следните (Видове данъци. МФ, 2013):

- Данъци върху доходите на физическите лица

Режимът на облагане на доходите на физическите лица, включително на едноличните търговци, се урежда с разпоредбите на Закона за данъците върху доходите на физическите лица (ЗДДФЛ). Данъчната ставка е 10%, а за доходите на едноличните търговци – 15%.

Обект на облагане

Доходите на местните физически лица от източници в Република България и в чужбина и доходите на чуждестранните физически лица от източници в Република България.

Данъчно задължени лица:

- местните и чуждестранните физически лица, носители на задължението за данъци по закона;
- местните и чуждестранните лица, задължени да удържат и внасят данъци по закона;
- законни представители на посочените лица.

Облагаеми доходи

Доходите от всички източници, придобити от данъчно задълженото лице през данъчната година, с изключение на доходите, които са необлагаеми по силата на закон. При определяне размера на облагаемия доход се приспадат предвидените в закона разходи.

- Данък върху добавената стойност

Режимът на облагане с данък върху добавената стойност е регламентиран в Закона за данък върху добавената стойност.

Обект на облагане

С данък върху добавената стойност се облагат възмездната облагаема доставка на стока или услуга; възмездното вътреобщностно придобиване с място на изпълнение на територията на страната, извършено от регистрирано по този закон лице или от лице, за което е възникнало задължение за регистрация; възмездното вътреобщностно придобиване на нови превозни средства с място на изпълнение на територията на страната; възмездното вътреобщностно придобиване с място на изпълнение на територията на страната на акцизни стоки, когато получателят е данъчно задължено лице или данъчно незадължено юридическо лице, което не е регистрирано по този закон и вносът на стоки.

Облагаема доставка е всяка доставка на стока или услуга, когато е извършена от данъчно задължено лице по този закон и е с място на изпълнение на територията на страната, както и доставката, облагаема с нулева ставка, извършена от данъчно задължено лице, освен в случаите, в които този закон предвижда друго.

Облагаема доставка, по която получателят е лице платец на данъка, не подлежи на облагане от доставчика.

Данъчно задължени лица

Данъчно задължено лице е всяко лице, което извършва независима икономическа дейност, без значение от целите и резултатите от нея.

Данъчно задължено лице при внос на стоки е всяко физическо или юридическо лице.

Данъчно задължено лице е и всяко лице, което инцидентно извършва възмездна вътреобщностна доставка на ново превозно средство.

Облагаеми доставки с нулева ставка на данъка

Облагаемите доставки с нулева ставка на данъка са следните:

- доставка на стоки, изпращани или превозвани извън територията на Европейския съюз:
- международен транспорт на пътници;
- международен транспорт на стоки;
- доставка, свързана с международен транспорт;
- доставка, свързана с международния стоков трафик;
- доставка по обработка на стоки;
- доставка на злато за централни банки;
- доставка, свързана с безмитна търговия;
- доставка на услуги, предоставяни от агенти, брокери и други посредници;
- доставки по силата на международни договори, спогодби, споразумения, конвенции или други подобни, по които Република България е страна;
- доставки на стоки и услуги, по които получатели са въоръжените сили на други държави, които са страни по Северноатлантическия договор.

Освободени доставки и право на избор

- **без право на избор**

Доставки, свързани със здравеопазване; със социални грижи и осигуряване; с образование, спорт или физическо възпитание; с култура; с вероизповедания; доставки с нестопански характер; доставки на финансови услуги, с изключение на услугата по предоставяне на кредит срещу насрещна престация в случаите на доставка при условията на договор за лизинг; на застрахователни услуги; хазарт; доставка на пощенски марки и пощенски услуги; както и доставка на стоки или услуги, за която не е ползван данъчен кредит.

- **с право на избор**

Доставка, свързана със земя и сгради и услугата по предоставяне на кредит срещу насрещна престация в случаите на доставка при условията на договор за лизинг.

Освободени вътреобщностни придобивания

Освободени доставки са и вътреобщностните доставки, които биха били освободени, ако са извършени на територията на страната. Освободено от облагане с данък е и всяко вътреобщностно придобиване на стоки, чиято доставка на територията на страната е освободена доставка по закона.

Приложими данъчни ставки

- със стандартната ставка от 20 % се облагат облагаемите доставки, вносът на стоки и облагаемите вътрешнообщностни придобивания;

- с намалена данъчна ставка от 9 % се облага настаняване, предоставяно в хотели и подобни заведения, включително предоставянето на ваканционно настаняване и отдаване под наем на места за площадки за къмпинг или каравани;
- с нулева данъчна ставка се облагат само изрично посочените в закона доставки.

Регистрация и прекратяване на регистрацията (дерегистрация)

Регистрацията по ЗДДС е задължителна и по избор.

На задължителна регистрация по ЗДДС подлежи всяко данъчно задължено лице с облагаем оборот 50 000 лв. или повече за период не по-дълъг от последните 12 последователни месеца преди текущия месец е длъжно в 14-дневен срок от изтичането на данъчния период, през който е достигнало този оборот, да подаде заявление за регистрация по този закон. Задължението за регистрация възниква независимо от срока, за който е постигнат облагаемият оборот, но не и за период, по-дълъг от 12 последователни месеца.

Лицата имат задължение за регистрация и при следните случай:

- при доставки на стоки с монтаж и инсталиране по чл.97 от закона;
- задължение за регистрация при доставки на услуги, данъкът за които е изискуем от получателя (чл. 97а);
- задължение за регистрация при дистанционна продажба на стоки (чл.98);
- задължение за регистрация при вътреобщностно придобиване (чл.99);
- задължителна регистрация в резултат на преобразуване.

Регистрация по избор

Всяко данъчно задължено лице, за което не са налице условията за задължителна регистрация по чл. 96, ал. 1, има право да се регистрира по този закон.

- Данък, удържан при източника

Режимът на облагане с данък, удържан при източника е регламентиран в чл.194-203 от Закона за корпоративното подоходно облагане.

Обект на облагане

С данък, удържан при източника се облагат следните доходи:

1. дивидентите и ликвидационните дялове, разпределени (персонифицирани) от местни юридически лица в полза на:

- чуждестранни юридически лица, с изключение на случаите, когато дивидентите се реализират от чуждестранно юридическо лице чрез място на стопанска дейност в страната;
- местни юридически лица, които не са търговци, включително на общини.

2. следните доходи на чуждестранни юридически лица от източник в страната, когато не са реализирани чрез място на стопанска дейност в страната :

- доходи от финансови активи и от сделки с финансови активи, издадени от местни юридически лица, държавата и общините.
- лихви, в това число лихви, съдържащи се във вноските по финансов лизинг.
- доходи от наем или друго предоставяне за ползване на движимо имущество;
- авторски и лицензионни възнаграждения.
- възнаграждения за технически услуги.
- възнаграждения по договори за франчайз и факторинг.
- възнаграждения за управление или контрол на българско юридическо лице.
- доходите от наем или друго предоставяне за ползване на недвижимо имущество, намиращо се в страната.
- доходите от разпореждане с недвижимо имущество, намиращо се в страната.
- Корпоративен данък

Режимът на облагане с корпоративен данък е регламентиран в Закона за корпоративното подоходно облагане.

Обект на облагане

С корпоративен данък се облагат:

- печалбата на местните юридически лица;
- печалбата на местните юридически лица, които не са търговци, включително организациите на вероизповеданията, от сделки по чл.1 от Търговския закон, както и от отдаване под наем на движимо и недвижимо имущество;
- печалбата на чуждестранните юридически лица от място на стопанска дейност в Република България.

Данъчно задължени лица

Данъчно задължени лица за корпоративен данък са:

- местните юридически лица - търговски дружества;
- местните юридически лица, които не са търговци - за печалбата им от сделки по чл.1 от Търговския закон, както и от отдаване под наем на движимо и недвижимо имущество;
- местните неперсонифицирани дружества и осигурителни каси, създадени на основание чл. 8 от Кодекса за социално осигуряване;
- чуждестранните юридически лица, когато осъществяват стопанска дейност в страната чрез място на стопанска дейност;
- чуждестранните неперсонифицирани дружества, когато осъществяват стопанска дейност в страната чрез място на стопанска дейност;

Данъчна основа

Данъчната основа за определяне на корпоративния данък е данъчната печалба.

Данъчна ставка

Данъчната ставка на корпоративния данък е 10 на сто.

- Патентен данък
- Данък при придобиване на имущества по възмезден начин
- Данък при придобиване на имущества по дарение
- Туристически данък
- Данък върху наследствата

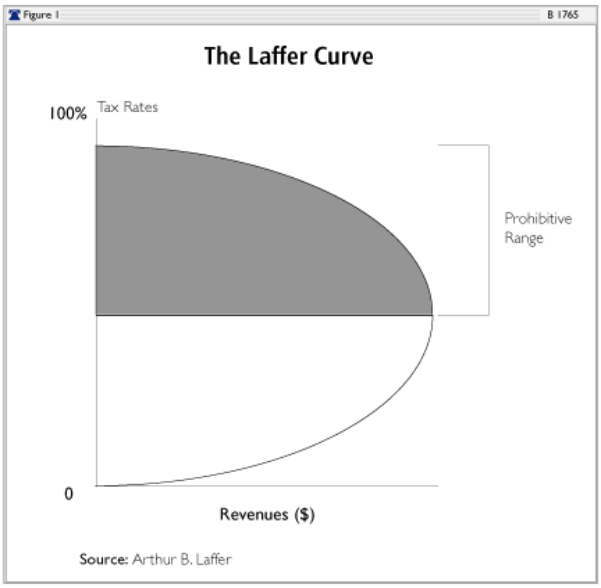
- Данък върху превозните средства
- Данък върху недвижимите имоти
- Данък върху хазартната дейност
- Данък върху приходите на бюджетни предприятия
- Данък върху застрахователните премии
- Данък върху дейността от опериране на кораби
- Данък върху разходите

Въпросът за необходимите (и възможни) промени в данъчната система е сложен и многоаспектен. Ако изходим от принципната теза за повече или по-малко държава в икономиката, безспорен е фактът, че има поле за повишаване на данъчните ставки.

Елементарни изчисления показват, че при реализирани данъчни постъпления в бюджета на България за 2012 г. в размер на 21 529 млн. лв. (от общо 27 469.40 млн. лв. бюджетни приходи) и създаден БВП в размер на 77 582 млн. лв. (по данни на НСИ) процентът на изземване и преразпределение на доходите е 27.75%, което е доста под обичайните представи за преразпределяне на 30-35-40% от БВП. Разбира се, изчисленията са направени с известни уговорки (в данъчните постъпления са включени и социалните и здравни осигуровки, а не са включени местните данъци. Също така обемът на производството е по нисък от посочения с 2 868 млн. лв., които представляват отрицателния нетен износ), но те не променят порядъка на получения резултат.

За да навлезем в проблематиката ще добавя, че делът на отделните данъци в общия обем на данъчните постъпления е, както следва: корпоративен данък – 6.5%, ДДФЛ – 10.7%, ДДС – 33.2%, социални и здравни осигуровки – 26%, мита – 0.5%, акцизи – 18.8%, други републикански данъци – 6.3%.

Изводът за възможността от повишаване на данъчните ставки се потвърждава и ако разгледаме кривата на Лафер, представена на фиг. 2.



Източник: Laffer, Artur. The Laffer Curve: Past, Present, and Future. http://WWW.heritage.org.

Фиг. 2. Крива на Лафер

Заключение

Основната идея на връзката между данъчните ставки и данъчните приходи е, че промените в данъчните ставки имат два ефекта върху приходите: аритметичен ефект и икономически ефект. Аритметичният ефект се състои в това, че ако данъчните ставки са по-ниски, данъчните приходи също ще намалеят. При увеличаване на данъчните ставки пък данъчните приходи растат (но до един определен момент – поради икономическия ефект). Икономическият ефект се изразява в положителното въздействие, което оказват по-ниските данъчни ставки върху доходите и печалбите, а от там и върху заетостта и обема на производството - и по този начин данъчната основа - чрез предоставяне на стимули за увеличаване на тези дейности. Повишаване на данъчните ставки има обратния икономически ефект от участието в санкционирането на облагаемите дейности. Аритметичният ефект винаги работи в обратна посока на икономическия ефект. Ето защо, когато икономическите и аритметичните последствия от промените в данъчните ставки се комбинират, влиянието върху общите данъчни приходи вече не е толкова очевидно.

Разбира се, няма съмнение, че по-високите ставки (над определен процент на изземване на дохода) намаляват икономическата активност и участниците в икономиката губят стимул и възможност за инвестиции. Те потискат стремежа към иновациите, който е ключът към растежа.

От друга страна, по-високите данъчни ставки дават възможност на правителството да увеличи приходите, които може да се инвестират в публични блага, като например инфраструктура, образование, здравеопазване. Ако правителството е ефикасно, то приходите от данъци се използват, за да засилят икономическия капацитет на страната, за да насърчат растежа и индивидуалната активност, както и за социална защита.
В една икономика трябва да се прави разлика между средното равнище на данъците и прогресивността (т.е. колко стръмно се увеличават данъчните ставки за по-високите доходи). Ако трябва да има повече приходи в бюджета, по-справедливо е хората с високи доходи да плащат повече, без, разбира се, данъците да наказват предприемачеството и бизнес успеха.

Но ако управлението е разточително, тогава приходите попадат в ръцете на лобистки групи или отиват за поддържането на една тежкоподвижна и огромна администрация. Това е най-губещата ситуация. За огромно съжаление България е точно в такава ситуация. А при неефективно и корумпирано управление няма място за по-високи данъци.

Източници:

Структура на данъчната система. МФ, 2013. http://www.minfin.bg/bg/page/172.
Видове данъци. МФ, 2013. http://www.minfin.bg/bg/page/770.
Laffer, Artur. The Laffer Curve: Past, Present, and Future. http://WWW.heritage.org.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА БЪЛГАРСКАТА ДОБИВНА ПРОМИШЛЕНОСТ

Габриела Сидерова

Филиал - Кърджали на Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски" – София, 6600 Кърджали, g_siderova@mail.bg

РЕЗЮМЕ. Конкуренцията е сърцевината и двигателя на пазара. Тя е мощен стимул за усъвършенстване на технологиите в производството и превръщането на иновационната дейност в „принудителен" неписан закон. Тя има изключително голяма роля за преструктуриране мащабите и резултатите на всички бизнес организации както на микро, така и на макро равнище. В работата е разгледано значението на конкуренцията и са разкрити и разграничени връзките между икономическа ефективност, справедливост и конкурентоспособност. Направен е анализ на дейността на фирмите от минната индустрия през цялата 2012 год.. Предложени са препоръки за повишаване на конкурентоспособността на добивния сектор.

COMPETITIVENESS OF THE BULGARIAN MINING INDUSTRY

Gabriela Siderova
University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski" - Sofia, Branch of Kardzhali, 6600 Kardzhali, g_siderova@mail.bg

ABSTRACT. Competition is the heart and engine of the market. It is a powerful incentive for technological improvement in the production and transformation of innovation in "forced" unwritten law. It has an extremely important role in restructuring the scale and performance of all business organizations, both at a micro and macro level. The work discussed the importance of competition and are detected and distinguished relations between economic efficiency, fairness and competitiveness. An analysis of the activities of companies in the mining industry throughout 2012. Recommendations have been made to enhance the competitiveness of the mining sector.

Въведение

Конкурентоспособността е концентриран израз на икономическото здраве на всяка страна, като обобщава ефикасността от функционирането на нейните икономически, социални, финансови, институционални и други подсистеми. Конкурентоспособността показва възможностите на икономиката да повишава съвкупната национална производителност и качество и да се състезава с другите икономики на регионалния и глобалния пазар. Конкурентоспособността е винаги сравнителна категория.

Конкурентноспособността притежава много измерения: потенциал за интензивен устойчив растеж с присъщите му три стълба – икономически, социален и екологичен; производителност на факторите на производството; факторни разходи за производство на единица краен продукт; качество (техническо равнище) на произвежданите продукти; надеждност на продуктите и услугите; структурни характеристики на икономиката в най-широкия смисъл на това понятие; имитационен и иновативен потенциал на икономиката; силна чувствителност към сигналите на пазара и експедитивна ответна реакция; потенциал за бързо усвояване, разпространяване и комерсиализиране на технически и други новости; лоялно партньорство в стопанските взаимоотношения; съчетаване на частни, държавни и обществени интереси. Част от тези аспекти подлежат, а други не се поддават на количествено измерване.

На ниво фирма, съществуват основно две групи фактори на конкурентоспособността: традиционни и темпорални. Към първите се отнасят: ценовите фактори и не ценовите икономически фактори. Последните включват - условията на доставка и качеството. Към темпоралните фактори се отнасят: обемът на научно-техническите знания за осъществяване на иновационна дейност; способността за усъвършенстване на произвежданите изделия; възможността да се организира квалифицирано след продажбено обслужване, нивото на оказваните комплексни, технически и интелектуални услуги, като част от комплексното предлагане на основния продукт.

Конкурентоспособност на минната индустрия

Икономиката се нуждае от стабилни и разходно-ефективни доставки на подземни богатства и следователно – конкурентна минна индустрия. В рамките на контекста на този доклад конкурентността на минната индустрия може да се дефинира като възможността да се осигурят средно- и дългосрочни доставки на подземни богатства за икономиката чрез предоставяне на достъп до суровини.

С други думи: Конкурентността на минната индустрия се определя като способността да се направи значителен принос към задоволяване на търсенето на подземни богатства за минната индустрия и общество от гледна точка на количество, качество и себестойност на

продукцията. Конкурентността се обуславя от качеството и количеството на находищата от подземни богатства и политическата, правна, административна, социална и икономическа среда, в която добивът се осъществява.

Когато се сравнява минната индустрия с други отрасли, може да се открие една основна разлика: подземните богатства се добиват за отраслите надолу по веригата, като например, строителна, металургична и химическа промишленост; икономическият успех на минната индустрия, следователно, е в тясна връзка с успеха и конкурентността на тези производствени отрасли. Така, конкурентността на минната индустрия трябва да бъде видяна от холистична гледна точка, разглеждайки потребността от суровини за тези отрасли.

Минно-добивната индустрия, която години наред креташе заради недостатъчни инвестиции, сериозни екологични проблеми и политически рискове в много развиващи се страни, днес е във възход. Състоянието й изглежда повече от добро. Нетната печалба на глобалния сектор е скочила близо 15 пъти от 2002 г. насам. В основата на успеха е бурното развитие на две големи азиатски икономики - Китай и Индия. Тяхното търсене доведе до покачване на цените на суровините и минно-добивните компании започнаха бавно, но сигурно да трупат печалби.

В България минната приказка е по-балансирана между успехите и неуспехите, отколкото по света. Инвестициите все още са крайно недостатъчни, а индустрията разчита на вносни концентрати на руди, което вдига разходите й. Донякъде те се компенсират от успешния експорт, но това не разрешава проблема с инвестициите. Те са необходими не само за модернизиране на производството, а и за изпълняване на екологичните изисквания, поставени в националното и европейското законодателство.

Анализ на рудодобивните предприятия за изминалата 2012г.

2012 година се оказа една добра година за рудодобивните компании и още по-добра за част от производителите на неметални полезни изкопаеми, през погледа на националната статистика. Спадът при въгледобива обаче, който формира 40% от общото производство в минерално-суровинната индустрия, е причината за отчетеното минимално понижение (с 0.04%) в бранша като цяло към края на септември в сравнение със същия период на миналата година. Почти без промяна остава и броят на заетите. За последната година са издадени близо 100 концесии за добив на полезни изкопаеми, показва справка в регистъра на Министерството на икономиката, енергетиката и туризма (МИЕТ). Производството на метални руди е нараснало със 7.3% за първите девет месеца на годината по данни на Националния статистически институт (НСИ). Значително увеличение се наблюдава при добива на оловно-цинкови руди, след като през пролетта на тази година "Минстрой холдинг", в партньорство с "КЦМ-2000" купи закъсалата "Горубсо - Мадан". Сделката стана под натиск на правителството, тъй като работниците в мината не бяха получавали заплати от месеци, а условията на труд бяха под всякаква критика. Срещу цена от малко над 30 млн. лв. собственикът получи и концесиите на компанията, както и достъп до находището "Върба - Батанци", за което имаше концесия. Така на практика собственикът на "Минстрой холдинг", който контролира и "Горубсо - Златоград", стана най-големият производител на оловно-цинкови руди в България. "Между 30 и 40% се повиши добивът в Мадан и Златоград за последната година", каза Вълканов и добави, че заплатите на работниците също са увеличени. Сега във всяко от предприятията се произвеждат над 1000 т концентрат на месец в сравнение със 750 т през 2011 г.

„Златен ръст" на Челопеч майнинг

С една трета нарасна производството и в „Челопеч майнинг", която разработва най-голямата златна мина в Европа. До края на годината компанията, която е дъщерна на канадската Dundee Precious Metals (DPM), очаква да добие между 1.7 и 1.85 млн. тона руда в сравнение с 1.35 млн. тона за 2011 г. Причината за ръста е приключилото в началото на октомври разширение на рудника и предстоящото пускане в експлоатация на подземната трошачка и лентата за извозване на рудата, с което производството ще достигне 2 млн. тона годишно. Това е част от двегодишен проект на стойност 150 млн. долара, който включва и завършилата през миналата година модернизация на обогатителната фабрика. Преди това компанията преработваше по 900 хил. тона руда годишно. Прогрес беше постигнат и по друг проект на DPM в България. Става дума за плановете й да добива златно-сребърни руди край Крумовград, където работи второто й българско дъщерно предприятие "Болкан минерал енд майнинг". В средата на септември тричленен състав на Върховния административен съд потвърди решението на министъра на околната среда да одобри инвестиционното предложение на компанията. Компанията ще вложи над 150 млн. долара в проекта. Находището ще се разработва девет години, като за този период трябва да бъдат произведени около 20 тона злато и 10 тона сребро под формата на концентрат.

Медни инвестиции

През 2012 г. година бяха направени инвестиции в медодобивния бранш, където работят две от най-големите минни предприятия - "Елаците мед" и "Асарел-Медет". Сред по-големите проекти на компанията е започналият строеж на нова пречиствателна станция за руднични отпадни води, който трябва да бъде завършен през 2013 г. Той включва иновативна за България технология и е разработен от японската Mitsubishi Materials Techno Corporation и българската "Геопроект". Производството на минна маса през 2012 г. се е запазило на ниво 2011 г.. За 2011 г. "Елаците мед" беше отличена като компанията с най-добри производствени резултати в сектора от Българската минно-геоложка камара (БМГК). В началото на май в "Асарел-Медет" беше открита обновената обогатителна фабрика, която е част от проекта на компанията за повишаване на ефективността чрез технологична модернизация. Общата инвестиция е около 16.7 млн. лв., от които 3.3 млн. лв. са безвъзмездна финансова помощ по оперативна програма "Конкурентоспособност". Основната част от средствата са използвани за оборудване, което да увеличи извличането

на метал от рудата. Въведена беше и интегрирана система за управление и анализ (ERP система). Открития "Асарел-Медет" навлезе и в златодобивния бизнес, след като по-рано тази година купи "Трейс рисорсиз" от канадската Euromax Resources в сделка за общо 3.5 млн. канадски долара (около 5.3 млн. лв.). С придобиването на "Трейс рисорсиз" компанията получи правата за проучване на находищата "Брезник" и "Ракитово". Макар че е регистрирана в Канада и акциите й се търгуват на борсата в Торонто, Euromax Resources работи на Балканите (Македония, България и Сърбия) и има местни ръководни и технически екипи. Досега компанията се занимаваше основно с геологопроучвателните дейности, но през последните месеци заяви амбиции да навлезе и в рудодобива. Дъщерното й дружество "Евромакс сървисиз" е титуляр на разрешение за търсене и проучване в три площи - "Трън", "Бабяк" и "Златарица", като в най-напреднал етап на развитие е първият проект, за който компанията има регистрирано геоложко откритие и подадено заявление за търговско откритие. Фирмата има инвестиционното намерение за добив на златосъдържащи руди от "Трън". За експлоатация са изчислени запаси от 17.7 млн. тона руда с 35 тона злато и 451 тона сребро. За последните 8 години дружеството е инвестирало 6.3 млн. долара за проучване на находището.

Криза

На фона на силните резултати на рудодобивните предприятия спадът при производството на въглища с 10.4% изглежда разочароващ. Намалението идва от по-слабия добив в "Мини Марица-изток", където се произвеждат 90% от въглищата в страната. Според компанията, която е 100% собственост на държавата, причината е в пониженото търсене заради поскъпването на електроенергията. Основните клиенти на мините са ТЕЦ "Марица-изток 2", ТЕЦ "Контур глобал Марица-изток 3", ТЕЦ "AES Гълъбово" и производителят на брикети "Брикел". "Динамиката на електроенергийния пазар без съмнение дава отражение и изпълнението на годишния план по добив. От планираният добив от 32.6 млн. тона за 2012 г. реално, на база заявките от клиентите, ще бъде 30.8 млн. тона. Освен свитото потребление обаче компанията имаше и други проблеми. В началото на годината миньорите излязоха на протест за премии заради по-високия добив през 2011 г., когато дружеството произведе рекордните в 60-годишната си история 33 млн. тона въглища.

Най-голям ръст статистиката отчита при неметалните полезни изкопаеми, които пострадаха най-много от кризата. Там производството се е увеличило със 17%, а продажбите са нараснали с 14%. Резултатът обаче се оказа изненадващ дори за фирмите от бранша. Основен принос за него има производството на трошен камък, който се използва при изграждането на пътища, където ръстът е над 40. Не толкова оптимистично обаче стоят нещата при добива на инертни материали, където не всички по-малки фирми успяват да продължат работа. Спад се наблюдава както при производството на пясък (глинест, каолинов и фелдшпатов), така и при чакъла.

„Големият пробив"

Стратегически „Големият пробив" за минната индустрия през тази година беше изготвянето на дългоочакваната национална стратегия за развитие на минерално-суровинния сектор. Документът вече мина през обществено обсъждане и предстои да бъде одобрен от Министерския съвет. Той предвижда разработването на различни подходи за отделните видове подземни богатства в зависимост от стратегическото им значение и наличие. Ще се насърчава добивът на метални руди и индустриални материали, както и създаването на нови декоративни марки скалнооблицовъчни материали. Заради масовия незаконен добив при строителните материали се предвижда засилване на контрола над кариерите. От бранша продължават да настояват и за въвеждане на наказателна отговорност за нелегалните фирми. Друго искане е да бъдат определени точни срокове за отделните процедури при проучването и добива на полезни изкопаеми, тъй като в момента администрацията може безкрайно да бави отделни етапи. През 2012 година българската добивна индустрия стана първата в Европа, която разработи свой собствен стандарт за устойчиво развитие. Компаниите, които решат да го въведат, се ангажират да прилагат най-добрите практики в сектора.

Заключение

Опорна точка за бъдещото развитие на минно-добивния отрасъл в България е изграждане на съвременната му структура и засилване на конкурентните му предимства. По отношение на търсенето, проучването, добива и преработката на подземни богатства са важни следните обстоятелства:

- да са достатъчно по количество, което позволява да се задоволят потребностите на вътрешния пазар и на износа от тях;
- да са технико-икономически изгодни за добив;
- оползотворяване на образуваните минни отпадъци (техногенни суровини).

Основната цел е да се осигури устойчиво развитие на минната индустрия, чрез балансиран икономически, социално и екологично отговорен подход към проучване, добив и преработка на подземни богатства, с крайна цел сближаване с ЕС по конкурентоспособност.

Литература

Колектив, 2011, *Национална стратегия за развитие на минната индустрия*, МГУ, София;

Стефанова В., 2012, *Конкурентноспособност на българските фирми*, УНСС, София;

Capital daily, вестник, *Тежка индустрия*, 2012, с.6,7.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

АНАЛИЗ НА ДЕЙНОСТТА НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ В КОНТЕКСТА НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

Весела Петрова

Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: vessela.st@gmail.com

РЕЗЮМЕ. През последните години корпоративната социална отговорност (КСО) се превърна във важна стратегическа политика за компаниите, оперирящи в различни сфери на бизнеса.
Терминът „заинтересовани страни" е често срещан в литературата, касаеща управлението, устойчивото развитие и КСО. Аргументът е, че за да се получи справедливо и екологично устойчиво развитие, множество заинтересовани страни трябва да участват в процеса на планиране и изпълнение на проекта. Различните социални групи и заинтересовани страни често се противопоставят категорично на нови проекти, базирайки се на екологични, етични и икономически проблеми. Въпреки това компаниите продължават да работят, развивайки различни инициативи за КСО, които често се представят за средство за подпомагане на устойчивостта и развитието на страната.
В статията се идентифицират ключовите заинтересовани страни, техните конкретни интереси, обхват, цели и рискове, определят се влиянието и очакванията им. Представена е взаимовръзката между заинтересованите страни в организацията и се изгражда рамка, която очертава как заинтересованите страни могат да се използват за разрешаване на конфликти.

STAKEHOLDER'S ACTIVITY ANALYSIS IN THE CONTEXT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Vessela Petrova
University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: vessela.st@gmail.com

ABSTRACT. During the past years corporate social responsibility (CSR) has turned into a strategic companies policy in various business areas.
The term "stakeholders" occurs frequently in the literature concerning management, sustainable development and CSR. The main argument is that to achieve fair and ecologically sustainable development a great number of stakeholders should take part in the process of planning and project development. Various social group and stakeholders often confront the new projects pointing out ecological, ethical and economical problems. In spite of this many companies continue working development various CSR initiatives as an instrument for sustainable support and state's development.
The paper identifies the key stakeholders, their precise interests, scale, targets and risks as well as their influence and the frame for solving conflicts is presented.

Въведение

В основата на концепцията за Корпоративна социална отговорност (КСО) се корени подходът към заинтересованите страни, който постига голяма популярност сред академичните среди, медиите и мениджърите, от средата на миналия век до наши дни. Този подход допълва теориите, според които целта на компаниите е максимизиране на печалбата, което от своя страна би гарантирало дивиденти за акционерите. Корпорациите имат взаимоотношения не само със собствениците и управителите, но те влизат в пряко взаимодействие с много други субекти, които имат директни или индиректни връзки с тях и оказват силно влияние върху компанията.

Същност на заинтересованите страни

Традиционно дефиницията „заинтересовани страни" се разшифрова като хора, групи или институции, които могат да бъдат засегнати (положително или отрицателно) от определен проект/политика и/или могат да окажат влияние върху резултатите и последствията от проекта/политиката.

Фрийман представя понятието за заинтересованите страни като „всяко лице или група от лица, които могат да повлияят или са засегнати от целите на организацията" (Freeman, 1984). Той посочва също, че самата организация трябва да се разглежда като групиране на заинтересовани страни, които целят организацията да бъде управлявана по определен начин. Концепцията за „заинтересованите страни" търпи непрекъснато развитие през годините. Дори „бащата" на термина променя дефиницията с течение на времето.

През 1963г. Стандфордският изследователски институт определя в доклад заинтересованите страни като „онази група от хора, без чиято подкрепа организацията ще престане да съществува". Фрийман продължава да използва това определение, но в изменена форма: „група от хора, които са жизнено важни за оцеляването и успеха на организацията". В академичните среди се използва определението: „всяка група или индивид, който може да повлияе или е засегната от целите на организацията".

Основните групи заинтересовани страни са: клиенти, служители и техните семейства, местни общности, доставчици и дистрибутори, акционери, инвеститори. Кръгът се разширява до медиите, обществото като цяло,

бизнес партньори, бъдещи поколения, академици, конкуренти, НПО, държавни регулатори.

Необходимо е да се идентифицират интересите на заинтересованите страни; да се отчете значението на тези интереси и влиянието им в проекта и политиката; да се изберат институциите и процесите, на чиято основа да се стъпи при изготвянето на социалната оценка; и да се изработи стратегия за участие на заинтересованите страни.

Теория на заинтересованите страни

Теорията за заинтересованите страни се заражда през 70-те години на миналия век, а в средата на 80-те години набира своята популярност, като ключов момент изиграва Фрийман, който обикновено се свързва именно с тази теория. Той разработва теорията през 1984г., като според нея обкръжението на дадена фирма се разглежда като групи от субекти, които имат общи интереси. Фрийман класифицира обкръжението от заинтересовани страни и препоръчва различни методи за тяхното управление. Теорията за заинтересованите страни практически обединява няколко подхода при стратегическия анализ – ресурсния, пазарния и социално-политическия подход. (Freeman, 1984)

Теорията на заинтересованите страни има своите както положителни, така и отрицателни страни.

Съобразяването с интересите на заинтересованите страни е свързано с разходването на допълнителни финансови средства, които е необходимо корпорациите да отделят. Възниква въпросът дали поетата социална отговорност оправдава увеличаването на разходите на корпорациите и дали тези допълнително вложени средства ще увеличат дивидентите за в бъдеще.

От друга страна погледнато, съобразявайки се е тази теория компаниите се изграждат като едни социално отговорни организации, а взимайки предвид интересите на своите заинтересовани страни всяка корпорация би имала по-устойчиво развитие и по-добро име в обществото. Освен това общественото доверие рано или късно, винаги се осребрява и довежда до разрастване на корпорацията и съответно до учеличаване на приходите и печалбата й. От гледна точка на заинтересованите страни, социалната отговорност е един добър инструмент за външен контрол на дейността на корпорацията. (Heikkurinen, Bonnedahl, 2013)

От създаването й през 70-те години на миналия век, Теорията за заинтересованите страни е доказала своята полезност и затова тя продължава да се развива динамично и до днес. Към днешна дата има създадени дори софтуерни продукти, които да помагат на мениджърите да откриват основните заинтересовани лица и техните интереси. Всичко това доказва значението и мястото на теорията в съвременния корпоративен мениджмънт.

Определяне и анализ на заинтересованите страни

Анализът на заинтересованите страни е процес на системно събиране и анализиране на качествена информация, чиито интереси трябва да бъдат взети под внимание при разработване и/или прилагане на дадена политика или програма. Още при зараждането на един проект е от изключително значение да се идентифицират всички организации и хора, които могат по един или друг начин да окажат влияние върху проекта, както и всички онези, които могат да бъдат засегнати от проекта. (Stieb, 2009)

Определянето на заинтересованите страни е от съществено значение за правилното структуриране на обхвата от взаимоотношения помежду им, които влияят на ежедневната дейност на компанията, както и на дългосрочните й цели. Редовният диалог е необходим инструмент, както вътре в организацията, така и извън нея, като целта е да се запознаят заинтересованите страни с изпълняваните проекти и/или политиката на корпорацията и да се даде възможност за допълнителни въпроси и препоръки. Необходимо е разграничаването на вътрешна и външна група заинтересовани страни. Вътрешната група включва акционерите, управителите, служителите и подизпълнители, а външната – общността, местната власт, неправителствените организации, местни институции, медии, партньори, клиенти, потенциални клиенти и служители, дори и околната среда и т.н. (Calabrese, Costa, Menichini, Rosati, 2012)

Предизвикателство пред всеки мениджмънт е, когато обществото е част от заинтересованите страни. В този случай често няма представител, който да обобщи и изложи исканията на всички. Необходими са непрекъснати консултации и комуникации по време на планирането и изпълнението на проекта.

Модели на взаимодействие със заинтересованите страни

- Информационна система, чиято посока да бъде от компаниите към заинтересованите страни. Основната цел е постигане на прозрачност, като заинтересованите страни получават ефективна информация за състоянието на компанията и обкръжаващата я среда.
- Система за обратна връзка, според която реакциите са двупосочни – както от компании към заинтересовани страни, така и обратното. Тук очакванията са, че и заинтересованите страни ще бъдат активни и ще взимат участие в дейността на компаниите.
- Система за обвързване на заинтересованите страни с дейността на компаниите, както и адекватно реагиране на техните претенции. Целта е активен диалог.

Основни принципи за социална отговорност пред заинтересованите страни

- Непрестанно отстояване и защитаване на интересите на заинтересованите страни. Постигане на баланс между интересите на заинтересованите страни и акционерите.
- Заинтересованите страни са израз на реални икономически субекти. Всеки служител би бил по-мотивиран, ако работи в компания, която съответства на неговите ценности и морал.
- Удовлетворяване на няколко групи заинтересовани страни едновременно.

- Активен диалог с всички заинтересовани страни, включително в по-широк смисъл.
- Маркетингов подход към заинтересованите страни. Уловяне на потребностите на заинтересованите страни и отговоряне на техните нужди и желания.
- Равнопоставеност между интересите на всички групи заинтересовани страни.
- Степенуване на заинтересованите страни и динамични преговори с основните групи.
- Непрестанен мониторинг и усъвършенстване на стратегиите за заинтересованите страни.
- Категорично изпълнение на обещанията към заинтересованите страни.
- Философията на дарителството, според която дарителството е стремеж към самоуправление на взаимоотношенията със заинтересованите страни без намеса на правителството. (Freeman, Velamuri, Moriarty, 2006)

Ангажиране на заинтересованите страни

Методи за ангажиране и комуникация

Изграждането на силни връзки със заинтересованите страни е своеобразен процес, който наред с други елементи се гради на уместен подход за включване, ангажиране и добра комуникация. Необходимо е изграждането на различни подходи за ангажираност на заинтересованите страни – съответно за вътрешната група и външната група.

Вътрешната група е добре да се ангажира с редовни срещи, информационни материали, вътрешни фирмени събития, провеждане на анкетни карти, чрез които непрекъснато да се повишава качеството на условията на труд. Повишаването на квалификацията сред служителите и социалните придобивки за семействата им допълнително мотивира персонала, като изгражда доверие и сигурност.

Външната група се ангажира най-добре чрез информационни центрове, благодарение на които всички желаещи могат да получат бърз достъп до организацията и нейните дейности, като се гарантира прозрачност в информацията, която центровете популяризират. Съществена роля играе и сформирането на неформални обществени дискусии, на които да бъдат обсъдени въпроси, касаещи бъдещето на организацията, да бъдат изказани мнения, зададени свободно въпроси и направени препоръки. Умел подход са и „Дните на отворените врати", като по този начин се осигурява възможност на всички участници от външната група да видят отблизо работния процес и да задават лично въпроси на служителите и мениджърите от различни отдели. Демонстрира се прозрачност и се изгражда доверие в обществото, че компанията няма какво да крие.

Ангажираността на заинтересованите страни е съвременен инструмент за подобряване на качеството на проектите и корпоративната си политика като цяло. Реалната обществена ангажираност е от основно значение за успешното управление на рисковете и въздействието върху общностите, засегнати от проекти, както и за постигане на по-големи ползи за всички заинтересовани страни. Всичко това се постига чрез навременна информираност и пълна прозрачност на местната обществност за проекта и всички нови разработки, без манипулиране и ангажиране на заинтересованите страни през целия жизнен цикъл на проекта.

Първата стъпка в процеса по ангажиране на заинтересованите страни, техните основни групи и подгрупи е идентифицирането и анализът им. Анализирането им ще хвърли задълбочен поглед върху това как ще бъдат засегнати и какво влияние ще окажат върху проекта/компанията.
Анализът може да се извърши най-общо в следните стъпки:

1. Идентифициране на ключовите заинтересовани страни

- Кои са потенциалните страни, които по един или друг начин ще бъдат облагодетелствани?
- Кой може да претърпи неблагоприятно въздействие?
- Кои са уязвимите групи?
- Кои са поддръжниците и противниците?
- Какви са взаимодействията между заинтересованите страни?

2. Оценяване на интересите на заинтересованите страните и потенциалното въздействие на проекта върху тях

- Какви най-общо са очакванията на заинтересованите страни от проекта/политиката?
- Какви са възможните ползи за заинтересованите страни?
- Какви ресурси са в състояние да активизират страните?
- Кои са интересите на страните, които противоречат на целите на проекта/политиката?

3. Определяне значимостта и степента на влияние на заинтересованите страни

- Идентифициране на статуса – политически, социален и икономически;
- Степен на организираност;
- Контрол над стратегически ресурси;
- Неформално влияние;
- Взаимоотношения с други заинтересовани страни;
- Значение за изхода и успеха на проекта/политиката;

4. Стратегии за включване на заинтересованите страни в зависимост от:

- Интересите, значението и влиянието на всяка заинтересована група;
- Необходимостта от специални усилия за приобщаване на значими заинтересовани групи, които нямат влияние;
- Адекватните форми за участие в осъществяването на политиката/проекта.

Консултациите и правилната комуникация със заинтересованите страни са необходими още в най-ранна фаза на реализиране на проекта, като същите гарантират, че интересът на заинтересованите е взет под внимание и всички взаимно изгодни варианти са разгледани. Също толкова необходима е и обратната връзка от заинтересованите страни, която да бъде съществен фактор при вземането на решения по отношение на проектите, които разработва организацията. Ефективните

комуникации са скъпи за организацията, но неефективните са още по-скъпи. (Костова, Велев, 2008)

Място в нормативната уредба

Като страна членка на Европейския съюз, България синхронизира законодателството си с европейското. От гледна точка на природоползването, такъв типичен пример са изискванията към обхвата и съдържанието на оценката на въздействие върху околната среда (ОВОС) на инвестиционни предложения, планове и програми, нови и текущи проекти. Участието на обществеността става задължително в значителна част от процедурата по ОВОС, като то се извършва в най-ранен етап от оценката. Според тази процедура обществеността има право свободно да изразява своето становище по отношение на резултатите от ОВОС и по този начин има право да повлиява на всеки план, програма или проект. Компетентните органи могат също така да прекратят вече започналата процедура по ОВОС, в случай, че не са представени резултатите от общественото обсъждане в упоменатия срок. (Наредба за условията и реда за извършване на ОВОС, 2006)

Освен в ОВОС, ангажирането на заинтересованите страни е предвидено и в рамките на Закона за опазване на околната среда. Един от основните му принципи е да гарантира участието на обществеността и прозрачността на процеса на вземане на решения по отношение на околната среда. Според закона всеки има право на достъп до наличната информация по отношение на околната среда, без да се налага да доказва конкретен интерес. (Закон за опазване на околната среда, 2012)

Заключение

Дейностите от която и да е сфера на бизнеса изискват контакт с различните заинтересовани страни. Много от отношенията на компаниите се крепят именно на връзката със заинтересованите страни – ако тя е здрава и силна и компанията ще просперира.

Теорията на заинтересованите страни и прилагането й е сравнително нов подход в стратегическото управление на организациите и компаниите. В глобален аспект целта на компаниите вече не е само по-голяма печалба за акционерите, но и защита на ценностите на всички заинтересовани страни.

Теорията на заинтересованите страни набира все по-голяма популярност, тъй като хората все повече изразяват своето безпокойство и отношение към устойчивото развитие – съществена част от концепцията за социална отговорност.

Предвид глобализацията, все по-активните компании и дейностите им върху обществото, хората започват да се питат имат ли тези организации етични кодекси и ценности. Редица са компаниите, които могат да послужат като своеобразен пример как безотговорният начин на управление, ниската етика и ценностна система към обществото, водят до намаляване на печалбата на най-заинтересованите страни, а именно акционерите.

Постигането на добър диалог, доверие и обратна връзка, гарантира не само доброто име на организацията, но и повишаване на приходите и печалбата – основната цел, с която се създава корпорацията.

Прилагането на социално отговорни политики, от страна на корпорациите е най-модерният метод за проявяване на грижа към заинтересованите страни. За съжаление се наблюдава тенденция, според която социално-отговорните компании са подложени на по-голям натиск от страна на заинтересованите страни. При всички положения, обаче чуваемостта на заинтересованите страни, носи само активи на компаниите. Въпрос на правилен подход и добър анализ е изграждането на трайни взаимоотношения между всички заинтересовани страни.

Литература

Закон за опазване на околната среда, обн. ДВ, бр. 32, 2012.

Костова, Д. В. Велев, 2008. Бизнес комуникации и ефективност на работа на организацията. *Годишник на Минно-геоложкия университет „Св. Иван Рилски",* Том 51, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки.

Наредба за условията и реда за извършване на оценка на въздействието върху околната среда, обн. ДВ, бр. 3, 2006г.

Costa, R. T. Menichini. 2013. A multidimensional approach for CSR assessment: The importance of the stakeholder perception. *Expert Systems with Applications*. Volume 40, Issue 1, Pages 150–161

Freeman, R. 1984. Strategic Management: A stakeholder approach. *Boston: Pitman.*

Freeman, R. S. Velamuri, B. Moriarty. 2006. Company Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. *Business Roundtable Institute for Corporate Ethics.*

Heikkurinen, P. K. Bonnedahl. 2013. Corporate responsibility for sustainable development: a review and conceptual comparison of market- and stakeholder-oriented strategies. *Journal of Cleaner Production*. Volume 43, Pages 191–198

Hillenbrand, C. K. Money, 2009. Segmenting stakeholders in terms of Corporate Responsibility: Implications for Reputation Management. *Australasian Marketing Journal.* Volume 17, Issue 2, Pages 99–105. Special Issue: Corporate Reputation as Anticipated Corporate Conduct.

Isa, S. 2012. Corporate Social Responsibility: What Can We Learn From The Stakeholders? *International Congress on Interdisciplinary Business and Social Science*

Jurgens, M. P. Berthon, L. Papania, H. Shabbir. 2010. Stakeholder theory and practice in Europe and North America: The key to success lies in a marketing approach. *Industrial Marketing Management*, Volume 39, Issue 5, July 2010, Pages 769–775

Stieb, J. 2009. Assessing Freeman's Stakeholders Theory. *Journal of Business Ethics*.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

СТАНДАРТИЗАЦИЯ В ОБЛАСТТА НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

Весела Петрова[1], Цветинка Христова[2], Юлия Атанасова[3], Десислава Костова[4], Валентин Велев[5]

[1] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: vessela.st@gmail.com
[2] Студент в специалност "Управление на ресурси и производствени системи", Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: cvetinka_9104@abv.bg
[3] Студент в специалност "Управление на ресурси и производствени системи", Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: julina@abv.bg
[4]Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: dessi.kostova@gmail.com
[5] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: velev_mgu@abv.bg

РЕЗЮМЕ: През последните години налице е все по-нарастващият натиск върху предприемачите, от страна на всички заинтересовани страни, да поемат своята социална и екологична отговорност. Стандартизирането в областта на Корпоративната социална отговорност (КСО) е едно от най-големите предизвикатества пред компаниите и в същото време търсен инструмент от страна на мениджмънта, тъй като стандартите в тази област не разглеждат само екологичните и социалните резултати, но и финансовите за компанията. Информацията, съдържаща се в статията, дава ясна представа за различните стандарти, касаещи социалната отговорност. Посочва техните силни и слаби страни и приложимост. Стандартизацията в областта на КСО е не само съвременен подход за удовлетворяване нуждите на заинтересованите страни, но и инструмент за постигане на устойчиво развитие.

STANDARDIZATION IN THE FIELD OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Vessela Petrova[1], Tsvetinka Hristova[2], Julia Atanasova[3], Desislava Kostova[4], Valentin Velev[5]
[1] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: vessela.st@gmail.com
[2] Student in "Management of Resources and Production Systems" in University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: cvetinka_9104@abv.bg
[3] Student in "Management of Resources and Production Systems" in University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: julina@abv.bg
[4] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: dessi.kostova@gmail.com
[5] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: velev_mgu@abv.bg

ABSTRACT: In recent years there is an increasing pressure on entrepreneurs, by all stakeholders, to take their social and environmental responsibility. Standardization in the area of Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the biggest challenges for companies and at the same time sought approach by management, as standards in this area are not considered only in environmental and social results, but also the financials for company. The information, contained it this article provides a bright overview of the different standards, concerning social responsibility. It also indicates their strengths and weaknesses and practicability. Standardization in the area of CSR is not only a modern approach to satisfy the needs of stakeholders, but also an instrument for achieving sustainable development.

Въведение

Корпоративната социална отговорност (КСО) е концепция, която в много компании по света и все по-често и в България навлиза в бизнеса. Чрез нея се интегрират както социалните ангажименти, така и грижата за околната среда, като едновременно с това работят за своя икономически просперитет.

КСО се основава на теорията за „Triple Bottom Line" - израз въведен от Джон Елкингтън през 1997 г. в книгата „Канибали с вилици: тройната основа на бизнеса през 21 век". Той улавя един разширен спектър от ценности и критерии за измерване на организационните и обществени успехи /икономически, екологични и социални/. Теорията се базира на три панела: хората, околната среда и икономиката. (Elkington, 1997)

Факторът „хора" включва всички служители на организацията и населението, пребиваващо около територията му, безопасните условия на труд, доброто заплащане и здравословната, приветлива атмосфера за целия персонал. Отличава се стремежът обществото да бъде подпомагано чрез програми, свързани със здравеопазването, образованието и заетостта на населението в региона. (Gimenez, Sierra, Rodon, 2012)

Предприятията все повече се съобразяват с екологичните норми. Това е и причината да се създадат, въведат и изпълняват стандарти за околната среда,

свързани с намаляване на отпадъците и рисковете, ефективно използване на природните ресурси и т.н.

Не по-малко важен за всяка корпорация е икономическият фактор. Целта на всяка компания е да реализира икономически растеж. (Николова, 2011)

Теорията за "Triple Bottom Line" именно има за цел да балансира между социалната и екологичната отговорност, като успоредно с това да запази устойчив икономически растеж в динамичната бизнес среда. В дългосрочен план хората и околната среда допринасят за развитието на икономическите показатели чрез изграждане на доверие в потребителите. Следвайки тази концепция, предприятията показват заинтересованост и загриженост не само към финансовите си резултати, а и към заобикалящия ги свят. (Savitz, Weber, 2006)

Връзка между стандартизацията и КСО

Според международната организация по стандартизация (ISO) стандартизацията е дейност, ориентирана към постигането на оптимална подреденост в определена област посредством установяването на правила за всеобщо многократно използване. Основната цел на стандартизацията е въвеждането на ред в цялата човешка дейност. Нейната форма са стандартите - нормативни документи, разработени на основата на консенсус и утвърдени от признат орган, отнасящи се за конкретни обекти от различни области и имащи определен обхват. Равновесието между икономическата, социалната и правната отговорност е най-голямото предизвикателство за всеки бизнес. Корпорациите, които развиват стратегии, увеличават печалбата, намаляват вредното въздействие върху околната среда и успоредно с това удовлетворяват нуждите на обществото, могат да се нарекат успешни и печеливши. Това е и причината за въвеждането и съблюдаването на международните стандарти. Чрез тях предприятията изпълняват стриктно своите отговорности към населението и бизнеса.

Бизнес организациите се развиват в изключително динамична среда. За да функционира дейността им ефективно, връзката между тях, обществото и околната среда, както и постигането на баланс е от съществено значение. Стандартите, касаещи социална отговорност дават указания за това как фирмите и организациите могат да действат по един по-етичен и по-прозрачен начин, чрез който да допринасят за здравето и благосъстоянието на обществото. Те са международни и изготвени от редица сертификационни организации по обща методика, която определя рамката на социалната отговорност на организациите. Чрез тях предприятията и организациите могат да потвърдят социалните си ангажименти в бизнеса и изпълнението на изискванията на националната и друга нормативна уредба на труда пред заинтересованите страни. (Castka, Bamber, Bamber, Sharp, 2004)

Стандартите са разработени въз основа на 12 конвенции на Международната организация на труда, Всеобщата декларация на ООН за правата на човека и Конвенцията на ООН за правата на детето. Въвеждането на „социално отговорни" стандарти изисква създаване на адекватна социална политика. Предвидените механизми на управление гарантират елиминирането на потенциални проблеми, които могат да уронят престижа на организацията или да доведат до санкции.

Внедряването и/или интегрирането на тези изисквания в системата за управление на организацията гарантира по-голямо доверие от страна на всички партньори - клиенти, доставчици, работещи в организацията и обществото, като цяло.

Сертификацията по стандартите за социална отговорност е своеобразен начин да се докаже пред заинтересованите страни, че организацията наистина изпълнява разглежданите правила, и чувствително да намали социалните проверки от страна на потенциални или реални клиенти. (Hahn, 2012)

„Социално отговорни" стандарти

SA 8000 – Социална отговорност

SA8000, или "Социална отговорност 8000", е най-разпространеният засега стандарт за КСО. Разработен е от организацията Social Accountability International (SAI), защитаваща човешките права и въведен през 1997/1998г. Стандартът е базиран на международните изисквания за нормите на работното място, приети от Международната организация на труда (ILO) и се основава на 12 конвенции на Международната организация на труда (МОТ), на Всеобщата декларация на ООН за правата на човека и на Конвенцията на ООН за правата на детето. Стандартът изследва 9 основни области на управление на човешките ресурси. Създаден е да промотира социално отговорния бизнес във всички сектори по целия свят. До голяма степен за клиентите това е код, който се асоциира с фабриките, в които се работи при лоши условия и чрез който те могат да оказват въздействие върху доставчици. SA8000 е създаден, за да може да отличи социално-отговорните компании от останалите, в които се работи при условия под допустимите. Стандартът покрива всички основни права за работа, определени в конвенциите на Международната трудова организация, Декларацията за човешките права и Конвенцията за правата на децата.

SA 8000 е съставен от следните елементи:

1. Детски труд - забрана за извършване на работа от лица под 15 годишна възраст, а за страните в развитие, приети като изключение с Конвенцията 138 на Международната организация по труда, допустимата минимална възраст е 14 години.
2. Принудителен труд - забрана за извършване на принудителния труд, включително и на лишените от свобода или на осъдените на принудителен труд, както и на депозирането и задържането на документи за самоличност от страна на работодателите или от други наети фирми.
3. Здраве и безопасност - осигуряване на здраве и безопасност при работа, предприемане на мерки за предотвратяване на наранявания; извършване на редовни инструктажи и обучения за здравето и безопасността на работниците; внедряване на система за откриване на заплахи за здравето и безопасността; осигуряване на достъп до санитарни възли и питейна вода.
4. Свободата на сдружаване и право на колективно договаряне - уважаване правото за организиране и членуване в професионални съюзи и колективно

договаряне, а когато Законът забранява тези свободи – осигуряване на паралелни начини на сдружаване и договаряне.

5. Дискриминация - нетолериране на дискриминация, основана на раса, каста, произход, религия, увреждане, пол, сексуална ориентация, професионален съюз или политическа принадлежност или възраст. Забрана на сексуалния тормоз.

6. Дисциплинарна практика - забрана на телесните наказания, психическото или физическото насилие или вербален тормоз.

7. Работно време - спазване на приложимия закон, но във всеки случай не повече от 48 часа на седмица, с поне един почивен ден за всеки седемдневен период, като при доброволно извършване на извънреден труд, той трябва да се заплаща по-високо и да не надвишава 12 часа седмично. Извънредният труд може да бъде задължителен, ако е част от колективен трудов договор.

8. Възнаграждение - заплащането за стандартна работна седмица трябва да отговаря на законовите и отрасловите стандарти и да бъде достатъчно за задоволяване на основните нужди на работници и техните семейства. Забрана на дисциплинарните глоби.

9. Системи за управление - дейностите, целящи сертифициране по този стандарт трябва да се стремят да надхвърлят простото спазване на изискванията на стандарта. (http://www.sa-intl.org/)

AA 1000 – Отчетност

AA 1000 серия AccountAbility са принципи, създадени на базата на стандарти, които помагат на организациите да станат по-отговорни и да работят устойчиво. Те се отнасят до въпроси, засягащи управлението, създаването на бизнес модели и организационна стратегия, както и предоставянето на оперативни насоки за гарантиране на устойчивост и ангажираност на заинтересованите страни. Целта им е да подобрят отчетността и ефективността на организацията чрез по-активно участие на заинтересованите страни в ежедневната й дейност. Дават възможност за предоставяне на ясна и реална информация на инвеститори, бизнес партньори и други заинтересовани страни. Стандартите повишават доверието в организации с активна социална позиция. Те са разработени чрез многобройни консултации, което гарантира, че са създадени не само от тези, които могат да спечелят от тях, но и от тези, на които въздействат.

AA 1000 Серията от стандарти включва:
AA1000 AccountAbility Principles Standart – осигурява рамка от принципи, целящи да отговори на предизвикателствата пред устойчивостта.
AA1000 Assurance Standard – осигурява методология за определяне степента до която една организация се придържа към принципите.
AA1000 Stakeholder Engagement Standart – осигурява рамка, която да помогне на организацията да гарантира процесите на участие на заинтересованите страни.

AA 1000 помага на лица и организации да развиват своите знания и умения, необходими за разбиране и прилагане на принципите на отчетността, както и ефективно участие на заинтересованите страни и докладване на устойчивост и увереност чрез сертифицирането.(http://www.accountability.org/standards/index.html)

Чрез тази серия от стандарти се съгласуват критериите за устойчиво развитие и ефективността на бизнеса. Това е един от малкото стандарти, които категорично поставят заинтересованата страна в основата на всяка дейност, с която се ангажира организацията. По този начин представителите на бизнеса са в състояние да бъдат диалогични и съгласуват критериите за устойчиво развитие и по-добра ефективност на бизнеса си. AA 1000 е добър метод за управление на риска.

ISO 26000 – Социална отговорност

Стандартът е въведен през ноември 2010г., въз основа на засиления интерес към социално отговорното предприемачество. Той дава насоки за всички видове организации, независимо от техния размер или местоположение, за:

1. понятия, термини и определения, свързани със социалната отговорност;
2. историята, тенденциите и характеристиките на социална отговорност;
3. принципи и практики, свързани със социалната отговорност;
4. основните теми и проблеми на социалната отговорност;
5. интегриране, внедряване и насърчаване на социално отговорно поведение в цялата организация;
6. идентифициране и ангажиране със заинтересованите страни;
7. ангажимент за комуникиране, изпълнение и друга информация, свързани със социалната отговорност.

Стандартът е ориентиран към всички видове организации /както в публичния, така и в частния сектор/ – независимо от техния размер, дейност или населено място, да работят по социално-отговорен начин, по пътя си към устойчиво развитие. Целта му е да насърчи организациите да надхвърлят спазването на закона, като признава, че спазването на правото е основно задължение на всяка организация и съществена част от тяхната социална отговорност. Предназначен е също така за насърчаване на общо разбиране в областта на социалната отговорност, и да допълни други инструменти и инициативи за социална отговорност, а не да ги замени.

Препоръчително е при прилагането на ISO 26000:2010, организацията или компанията да вземе под внимание социалните, екологичните, правните, културните, политическите и организационните различия, както и различия в икономическите условия, като същевременно да е и в съответствие с международните норми на поведение.

ISO 26000:2010 е доброволен стандарт и не представлява система за управление, при него не се изисква външен одит и сертификация. Не е предназначен или подходящ за целите на сертифициране. Предоставя насоки в областта на социалната отговорност и може да се използва като част от политика за обществени дейности.

Стандартът е предназначен да подпомага устойчивото развитие на организациите. При прилагането му е препоръчително организацията да обърне внимание на социалните, екологичните, правните, културните,

политическите и организационните различия и респективно с това да е в съответствие с международните норми на поведение.

Освен, че насърчава организациите в усилията им да работят по социално отговорен начин, отговарящ на все по-големите изисквания на обществото, стандартът насърчава организациите да предприемат действия отвъд изискванията на нормативните актове и да насочат своите усилия към добрите практики, които водят до устойчиво развитие и бизнес съвършенство.

Устойчивото развитие на бизнес организациите, означава не само предоставяне на продукти и услуги, които отговарят на клиентските търсения, при това без да се застрашава околната среда, но и работа по социално отговорен начин. Идеята на този стандарт е да насочи вниманието към социалната отговорност не само на бизнес организациите, но и на организациите, заети в публичния сектор.

Ролята на ISO 26000 е да определи в световен мащаб разбирането за социална отговорност, както и какви стъпки ще трябва да бъдат предприети, за да се работи по социално отговорен начин.(http://www.iso.org/iso/home.html)

Тясно свързано с това един бизнес да бъде социално отговорен, съответно да осигури вътрешната си устойчивост, както и да повлияе върху обществото и околната среда, е и сертифицирането по ISO 9001:2008; ISO 14 001:2004 и OHSAS 18 001: 2007. Стандартите са разработвани с цел защитата на потребителите и главно тяхната безопасност. Изискванията на потребителите нарастват все повече и обхващат не само определени изделия или услуги, но и цялата дейност на фирмите. Ръководствата на фирмите все повече се убеждават, че непрекъснатото подобряване на качеството на работата е най-жизнената стратегия за успеха на фирмата. (Castka, Balzarova, 2008)

ISO 14001 – Стандарт за околната среда

След конференцията на ООН в Рио де Жанейро през 1992г., посветена на околната среда и развитието, се появява стандарт ISO 14001 като система за екологичен мениджмънт. От неговото публикуване до днес десетки хиляди са компаниите и организациите, притежатели на този стандарт. Стандартът определя изискванията към системата за управление на околната среда, която може да се интегрира с други изисквания за управление, за да помогне на организациите да достигнат както икономическите си цели, така и целите, свързани с околната среда. В основата на стандарта лежи загрижеността на човечеството за осъществяване на устойчиво развитие на планетата. Той е универсален и приложим и за големи, и за малки фирми, както за публичния, така и за частния сектор. (Бакърджиева, 2012)

ISO 9001 – Управление на качеството

Представлява международен стандарт, възприет от над 40 страни по света и осигурява висока степен на хармонизиране на основните изисквания към системите по качество, поставящ изискванията към системите за управление, като дадена организация трябва да демонстрира способността си да предоставя непрекъснато продукт/услуга, който да отговаря на клиентските и приложимите нормативни изисквания и да се стреми непрекъснато да повишава удовлетворението на клиента.

Стандартът е приложим за всички организации, независимо от техния вид, размер и продукт/услуга,който предоставят.

Всяка организация, която се стреми към непрекъснато подобрение на управленската си дейност и процеса на работа и иска да увеличи ползите от непрекъснатото си усъвършенстване, трябва да внедри и сертифицира ISO 9001.

OHSAS 18001 – Безопасни условия на труд.

Представлява британски стандарт, занимаващ се със системата за управление на здравето и безопасността при работа. Разработен е за да контролира и подобрява безопасността и здравословните условия на труд.

Елементите на OHSAS 18001 включват политика и ангажираност; идентификация на опасностите, оценка и контрол на риска, оценка на съответствието; законови изисквания; цели и програми, организация и персонал, обучение, комуникация и консултации; документи и записи; оперативен контрол, готовност за извънредни ситуации, наблюдение и измерване, разследване на инциденти и злополуки; коригиращи и превантивни действия, одит и преглед от ръководството.

Сертификацията по BS OHSAS 18001 демонстрира ангажираността на компанията за безопасна работна среда и защита на служителите и други заинтересовани страни от злополуки и инциденти.

Стандартът може да се прилага от всяка организация, желаеща да демонстрира ангажираност по отношение на здравето и безопасността, да управлява и минимизира рисковете за трудовото здраве на своите служители и тези, към които е насочена дейността й. (http://www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/)

Заключение

Социално отговорните стандарти са безспорно изключително актуални, тъй като ефектът от прилагането им оказва неоспорим положителен отпечатък върху бизнеса. Необходимо е трите стълба – общество, околна среда и икономика - да работят в синхрон. Въвеждането им гарантира този синхрон, като хармонизира цялата производствена дейност, прави услугите по-ефективни и уверява потребителите им, че продуктите и дейността им са безопасни и благоприятни за околната среда.

Въвеждането на социално отговорни стандарти дава насоки към изпълнението на най-трудните и сложните предизвикателства на съвременния бизнес и изгражда отлична репутация.

Макар, че стандартите позволяват сертифициране от страна на всички видове и размери организации, без значение от техния предмет на дейност, не всяка компания може да си позволи сертифицирането, поради финансови

причини, високи изисквания, сложност на документите и т.н.

Необходимо е осъзнаване от страна на мениджмънта, че стандартизирането и въвеждането на социално отговорни политики са инвестиции, които се изплащат многократно във времето и влиянието им винаги е благоприятно за компаниите.

Литература

Бакърджиева, Р., 2012. Стандарти за корпоративна социална отговорност. *Икономически изследвания, година XXI, 2.*

Близнаков, Ат., Д. Костова, 2012. Природоползване и икономическо развитие. *Годишник на Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски", Том 55, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки*.

Николова, В., 2011. Корпоративната социална отговорност като технология на успеха. *Психологични изследвания, кн. 2.*

Радев, Р., В. Велев, 2012. Устойчивото развитие и фирмените отговорности. *X международна национална конференция, ТУ, Созопол.*

Castka, P., J. Bamber, D. Bamber, J. Sharp, 2004. Integrating corporate social responsibility (CSR) into ISO management systems – in search of a feasible CSR management system framework. *The TQM Magazine, Vol. 16 Iss: 3, pp.216 – 224.*

Castka, P., M. Balzarova, 2008. Social responsibility standardization: Guidance or reinforcement through certification? *Human Systems Management Journal, vol. 27, number 3.*

Castka, P., M. Balzarova, 2008. The impact of ISO 9000 and ISO 14000 on standardization of social responsibility – an inside perspective. *International Journal of Production Economics, vol. 113, Issue 1, 74-87.*

Elkington, J., 1997. Cannibals With Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business. *Oxford.*

Gimenez, C., V. Sierra, J. Rodon, 2012. Sustainable operations: Their impact on the triple bottom line. *International Journal of Production Economics. Vol. 140, issue 1,* p. 149-159.

Hahn, R., 2012. Standardizing Social Responsibility? New Perspectives on Guidance Documents and Management System Standards for Sustainable Development. *IEEE - Transactions on Engineering Management, 59(4)*, p. 717-727.

Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green paper, 2011. *European commission.*

Savitz, A., K. Weber. 2006. The triple Bottom Line: How Today's Best-Run Companies are achieving economic, social, and environmental success-and how you can too.

Schwartz, B., K. Tilling, 2009. 'ISO-lating' corporate social responsibility in the organizational context: a dissenting interpretation of ISO 26000, *Volume 16, Issue 5,* p. 289–299.

http://www.accountability.org/standards/index.html

http://www.iso.org/iso/home.html

http://www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/

http://www.sa-intl.org/

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

НЯКОИ ПРОТИВОРЕЧИЯ СВЪРЗАНИ С ПРАВАТА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ПРИ БИТОВОТО ВОДОСНАБДЯВАНЕ В УСЛОВИЯТА НА ЕСТЕСТВЕН МОНОПОЛ

Юри Иванов[1], Валентин Велев[2]

[1] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: ohio@abv.bg
[2] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, E-mail: velev_mgu@abv.bg

РЕЗЮМЕ. Предоставянето на обществената услуга „питейно-битово водоснабдяване" се осъществява от оператори естествени монополисти.
Правната основа на релацията „принципал - воден оператор" са договорни отношения от типа „принципал - агент", с дългосрочни трудово-правни отношения и предвидени транзакционни разходи за мониторинг върху дейността.
Поради обществения характер на извършваните колективни услуги и съществуването на обвързаност между доставчика на услугата и потребителя се поражда необходимостта от договорни отношения, описани като потребителски договори.
Рисковете за потребителя при предоставяне на обществената услуга „питейно-битово водоснабдяване" следва да се променят по отношение на силата на позицията на участниците в договорното отношение.
Оценката на подходите между българския модел за предоставяне на услугата и европейската парадигма, предполага оптимизиране на правната релация в полза на по-слабата страна – потребителя.

SOME CONTROVERSY RELATED TO THE RIGHTS OF CONSUMERS IN DOMESTIC WATER SUPPLY IN A NATURAL MONOPOLY SITUATION

Yuri Ivanov[1], Valentin Velev[2]
[1] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: ohio@abv.bg
[2] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, E-mail: velev_mgu@abv.bg

ABSTRACT. The provision of public service "drinking water" is performed by operators of natural monopolies. The legal basis of relation "principal- water operator" means a contractual relationship of the "principal agent" long – term work relationship and provided transaction costs of monitoring the activity. Due to the public nature of the collective services, and the existence of links between the service provider and the user need arises from contractual relations described as consumer contracts. Consumer risks in the delivery of public service, "drinking water" should be modified with respect to the strength of the position of the participants in the contractual relationship. Assessment approaches between Bulgarian model of provision and the European paradigm involves optimizing the legal relationship in favor of the weaken side-the consumer.

Въведение

ВиК-операторите са организирани като регионални монополни структури, притежаващи характеристиките на т. нар. „естествени" монополи. Те са единствени доставчици на обществената услуга „питейно-битово водоснабдяване" (ПБВ) на територията на Република България. В българското законодателство, са транспонирани европейски принципи за защита на основни права на потребителите. Основен елемент за получаването на еднаква защита е изискването за добросъвестност. Преценката се формира на база силата на позицията, от която всяка договаряща страна преговаря. Целта е, доставчикът на услуги да постъпва добросъвестно и равнопоставено с другата страна, отчитайки законните му интереси. Осигуряването на справедливост и равнопоставеност между потребителя и търговеца, означава да се защити по-слабата страна в процеса на покупко-продажба – потребителя. Затова законодателят предвижда специална защита в случаите, когато изготвения предварително от търговеца договор поставя потребителя в неравноправно положение.

Европейските разпоредби са формирани на принципа: индивидуално договаряне на всяка клауза от договора. Предположението е, че при договори с общи условия, договорна клауза, която е съставена предварително и следователно потребителят не е имал възможност да влияе на нейното съдържание, съществува сериозен риск от неравноправни клаузи в потребителските договори.

Хармонизирането на правилата за защита на потребителите е съществен елемент за елиминиране на пазарните бариери и осигуряване на интегрирано икономическо пространство, където услугите и стоките могат да бъдат в обръщение с един и същ стандарт за безопасност и качество и където потребителите могат да получат подобни високи нива на защита на техните права.

Изложение

Договорът може да бъде описан като всяко постигнато споразумение между две страни, чиято цел е създаването, промяната или прекратяването на едно правно отношение. Чрез договора възникват разнообразни права и задължения за страните и представлява най-важният способ за осъществяване на размяната.

1. Договорни отношения между „воден оператор - принципал"

Агентската теория на фирмата стъпва на т. нар. договор за наемане. Принципалът е страната, на която се делегира правото на контрол върху дейността на фирмата, а агентът е страната, която се отказва от правото на собствен контрол над своите действия. Интересите на принципала определят и задават интересите на агента. Променят се отношенията на взаимно доверие между субектите. Принципалът е отговорен да контролира действията на агента за максимизиране на собствената си полезност. При възникване на конфликт между страните, разрешаването се постига не от външна независима институция: съда, а от „вътрешния" съдия: принципала. (Ракарова, 2008)

Теорията на агентството поставя аналитичното начало на икономическата теория по дългосрочното договаряне. В основата на тази теория стои хипотезата за асиметрична информационна структура между принципал и агента. Моделът принципал-агент формализира конфликтите на интереси между двата вида участници от гледна точка на проблемите, свързани с видимостта на протичащите събития. Моделът споделя неокласическата концепция за фирмата, представена като производствена функция, но допуска също, че управленските решения, в това число тези, отнасящи се до инвестициите и трудовите взаимоотношения, са невидими за собствениците на фирмата. Ежедневните задължения на мениджъра предполагат по презумпция, че той разполага с повече информация от собствениците на фирмата. В крайна сметка, се обосновава аналитична рамка на взаимоотношенията между принципал и мениджър (агент), които представляват двете страни на един договор. Този базисен модел постоянно се мултиплицира за други видове участници в икономическия процес. (Олейник, 2000)

2. Договорни отношения между „воден оператор - потребител"

В случаят, когато едната от страните е лице, което сключва договора за задоволяване на свои или на своите близки нужди, а не да използва придобитото за препродажба, производство или за упражняване на професия или занаят, създадените правни отношения, представляват потребителски договори.

За сключването на договора е необходимо постигане на съгласие между страните относно неговия вид, предмет и съдържание. Страната-инициатор на договора отправя до потенциалния си съконтрагент предложение (оферта), което съдържа основните елементи на договора. Офертата трябва да бъде сериозна и да изразява действително желание за обвързване. За да се превърне в договор, офертата се нуждае от приемане. То се прави от страната, на която е оферирано и негов адресат е подалия офертата. Приемането трябва да възпроизвежда офертата, така както тя е направена. Ако в него се съдържат допълнителни условия е налице нова оферта, която на свой ред също се нуждае от приемане. В гражданското право важи принципът на договорната свобода - страните са свободни да договарят всякакви условия, стига те да не противоречат на повелителни правни разпоредби и на морала. Договорите трябва да се изпълняват точно: поетите задължения следва да се изпълняват при спазване на предварително уговорените условия. Всяко отклонение води до пълно или частично неизпълнение на договора и влече редица неблагоприятни последици за неизправната страна.

В някои случаи договорите се сключват при такива обстоятелства или с такова съдържание, че тяхното съществуване и изпълнение би било с грубо противоречие със справедливостта и морала. Законът обявява такива договори за недействителни. При нищожните договори, пороците са толкова съществени, че договорът не би могъл да съществува и да има обвързващо действие. Затова правото третира тези договори като несъществуващи. Те не са в състояние да породят права и задължения за страните. Те противоречат на закона, заобикалят го, или противоречат на морала. Унищожаемите договори страдат от пороци, които им позволяват да съществуват като нормални договори, но по желание на засегнатата страна тяхното действие може да бъде заличено. Това са договорите, сключени при измама, при заплашване или при крайна нужда. (Златарев, Христофоров, 2008)

Договорите с общи условия се предлагат в непроменен вид на всички съконтрагенти. Общи условия са онези клаузи, които са съставени предварително от търговеца за да обслужват сключваните от него еднотипни договори. Договорите с общи условия имат редица предимства. Те улесняват сключването на договорите, позволяват създаването на правила там, където има законови празноти и са лесни за адаптиране към промени в правната или икономическата ситуация. Възможно е страните да постигнат съгласие да променят част от общите условия или да включат в договора допълнителни уговорки. В случаите на противоречие между индивидуално уговорените клаузи и общите условия, предимство имат първите. На практика обаче търговците рядко се съгласяват на промени в общите условия. Изправени пред подобно искане, те предпочитат да не сключат договора въобще, което поставя потребителя в изключително неизгодно положение. Затова законодателят предвижда специална защита в случаите, когато изготвения предварително от търговеца договор поставя потребителя в неравноправно положение.

3. Елементи на потребителска защита в ЕС

Поради неравномерното разпределение на водните ресурси, различните държави разполагат с нееднакви възможности да осъществява питейно-битово вътрешно потребление. Различията във вътрешното законодателство в различните държави членки разпоредби относно

изискванията за качество на природните води, предназначени за производство на питейна вода, могат да създадат условия за неравностойна конкуренция и по такъв начин да се отразят пряко върху функционирането на общия пазар. Всяка държава-членка следва да изготви програми за контрол, за да проверява дали водите, предназначени за консумация от човека, отговарят на стандартите, установени на общностно ниво. Всяка държава-членка следва да използва методи за анализ на качеството на водите, които да гарантират получаването на достоверни и сравними резултати. На потребителите следва да се предоставя адекватна информации за качествата на водите, предназначени за консумация от човека. Хармонизирането на правилата за защита на потребителите е съществен елемент за елиминиране на пазарните бариери и осигуряване на интегрирано икономическо пространство, където услугите и стоките могат да бъдат в обръщение с един и същ стандарт за безопасност и качество и където потребителите могат да получат подобни високи нива на защита на техните права. Държавите-членки са възприели принципа, че по-ефективна защита на потребителите може да се осъществи чрез приемане на еднакви правила относно неравноправните клаузи. В случаите на търговски дейности от обществен характер, когато се извършват колективни услуги, оценката следва да се допълни с подходи, позволяващи цялостна оценка на различните интереси на участниците. Основен елемент за получаването на еднаква защита е изискването за добросъвестност. Преценката се формира на база силата на позицията, от която всяка договаряща страна преговаря. Целта е, доставчикът да постъпва добросъвестно и равнопоставено с другата страна, отчитайки законните му интереси. Разпоредбите, посочени в Council Directive 93/13/EEC са формирани на следния принцип - индивидуално договаряне на всяка клауза от договора. (Council Directive) Предположението е, че при договори с общи условия, договорна клауза, която е съставена предварително и следователно потребителят не е имал възможност да влияе на нейното съдържание, съществува сериозен риск от неравноправни клаузи в потребителските договори. Приетите разпоредби следва да се прилагат за всички потребителски договори в държавите-членки, сключени след 31 декември 1994 г.

4. Права на потребителя в България

В българското законодателство (Закон за защита на потребителите, 2005), са транспонирани следните европейски принципи за защита на следните основни права на потребителите: право на информация за стоките и услугите, право на защита срещу рискове от придобиването на стоки и услуги, които могат да застрашат живота, здравето или имуществото им, право на защита на икономическите им интереси при придобиването на стоки и услуги при заблуждаваща, непочтена и неразрешена сравнителна реклама, нелоялни търговски практики и способи за продажба, неравноправни договорни условия и предоставянето на гаранции за стоките; право на обезщетение за вреди, причинени от дефект на стоки; право на достъп до съдебни и извънсъдебни процедури за разрешаване на потребителски спорове; право на образование по въпроси, отнасящи се до защитата им; право на сдружаване с цел защита на интересите им; право на представителство пред държавните органи, вземащи решения по въпроси, които ги засягат. Основен елемент за получаването на еднаква защита е изискването за добросъвестност. Преценката се формира на база силата на позицията, от която всяка договаряща страна преговаря. Целта е, доставчикът на услуги да постъпва добросъвестно и равнопоставено с другата страна, отчитайки законните му интереси. Осигуряването на справедливост и равнопоставеност между потребителя и търговеца, означава да се защити по-слабата страна в процеса на покупко-продажба – потребителя. В случаите на търговски дейности от обществен характер, когато се извършват колективни услуги, преценката за неравноправни клаузи следва да се допълни с подходи, позволяващи цялостна оценка на различните интереси на участниците. Затова законодателят предвижда специална защита в случаите, когато изготвения предварително от търговеца договор поставя потребителя в неравноправно положение.

Отменениият Закон за защита на потребителите и правилата на търговия обявява за нищожни неравноправните клаузи, съдържащи се в потребителски договори, чиито текст е бил предварително изготвен от търговеца, било под формата на общи условия, било за нуждите на конкретния случай. (Закон за защита на потребителите и правилата на търговия, 1999).

Националният воден регулатор (ДКЕВР) е длъжен да създаде Национална информационна система за ВиК-услугите. Информационната система следва да осигури : публичен достъп на потребителите до информация за развитието и регулирането на ВиК-услугите в страната, както и информация за утвърдените и предлаганите цени на услугите от ВиК-операторите, за показателите за намаляване на загубите на вода и другите основни показатели, одобрени с бизнес плановете; информация за държавните органи, общините и ВиК-операторите. ВиК-операторът е длъжен да предоставя по подходящ начин информацията за предоставяната услуга, която трябва да бъде вярна, пълна, точна и ясна.

До момента, това задължение на националния регулатор не е изпълнено. Това означава, че на българският потребител на обществената услуга „питейно-битово водоснабдяване" не е защитено правото на информация относно предоставяната услуга. Следователно, не са изпълнени изискванията свързани с провежданата държавна политика във водния сектор. Независимо от преклузивната клауза за недействителност на ограничаване правото на информираност на потребителите на обществената услуга „питейно-битово водоснабдяване", органите на изпълнителната власт не вземат предвид интересите на потребителите.

Регулирането на взаимоотношението „Воден оператор – Потребител" се осъществява основно от два последователни подзаконови нормативни акта издадени от МРРБ. (Наредба № 9 за ползване на водоснабдителните и канализационните системи, 1994; Наредба № 4 за условията и реда за присъединяване на потребителите и

за ползване на водоснабдителните и канализационните системи, 2004)

Правните норми в посочените нормативни актове определят рамките на договорните отношения между ВиК-оператора и потребителя на услугата. Ползването на услугата „питейно-битово водоснабдяване", т.е. включването на имота към водоснабдителните системи и включването на отпадъчни води в канализационните системи се извършва въз основа на писмен договор за водоснабдяване. Договорът за водоснабдяване се предлага от ВиК-операторът по образец за всеки вид водоснабдяван имот. Договорите, като търговско взаимоотношение, следва да се предоставят на абонатите най-късно до 31 декември 1999 г. Несключването на договор за водоснабдяване е основание за прекратяване на водоснабдяването. Водоснабдяването се възстановява при условията и по реда за включване на нов абонат.

5. Система на инкасиране

Чрез договорните отношения се определят параметрите на размяната, която следва да е основана на реципрочност и еквивалентност. Заплащането на ВиК -услугите се извършва въз основа на измереното количество изразходвана питейно-битова вода от водоснабдителната система на оператора, отчетено чрез монтираните водомери на всяко водопроводно отклонение (чл. 32). (Наредба № 4 за условията и реда за присъединяване на потребителите и за ползване на водоснабдителните и канализационните системи, 2004) За улесняване на търговската практика се приема точността на отчитане на показанието на водомерното устройство да е до 1 куб.м. (чл. 35). Системата на инкасиране отразява единствено количествената страна в процеса на размяна. Европейският принцип повелява, чрез системата на инкасиране, да се установи само реално консумираното количество от крайния потребител чрез измерително устройство (Директива 2006/32/ЕО на европейския парламент и на съвета, 2006).

Изрично условие по договора е абонатите да поемат задължение да осигуряват свободен достъп във водоснабдяваните имоти, включително в жилищата си, в противен случай не се подписва договор. При последващо неосигуряване на този достъп, абонатите понасят санкции и неустойки, посочени в договорите. Показанията на водомерите се отчитат ежемесечно от назначени на трудов договор физически лица (инкасатори).

Методът противоречи на принципа на неприкосновеност на жилището, заложен в основния закон на РБългария, Конституцията (чл.33 ал.1): *Жилището е неприкосновено. Без съгласието на обитателя му никой не може да влиза или да остава в него освен в случаите, изрично посочени в закона.* (Конституция на Република България, 1991) Изключения от този принцип се допускат в няколко изрично изброени хипотези: влизане или оставане в жилището без съгласие на неговия обитател или без разрешение на съдебната власт се допуска само за предотвратяване на непосредствено предстоящо или започнало престъпление, за залавяне на извършителя му, както и в случаите на крайна необходимост (ал. 2). Разходите, които следва да заплати потребителя, свързани с прилагания метод на измерването на потребените количества питейно-битова вода са: разходи за закупуване на измервателен уред (водомер); разходи за монтиране на измервателен уред (водомер); разходи за периодичен метрологичен контрол на измервателен уред (водомер); алтернативни разходи за осигуряване на достъп за инкасаторите на търговското дружество до измервателните уреди; разходи, свързани със заплащането по договори на инкасаторите, които са в трудово-правни отношения с ВиК-оператора. Не е посочено коя страна в търговското правоотношение ще поеме разходите за експерт, установяващ техническата невъзможност за монтиране на индивидуални водомери, след което е необходимо съставянето на протокол, подписан от оператора и от упълномощения представител на етажната собственост.

Възможността за нееднакво третиране на потребителите на услугата „питейно-битово водоснабдяване" е заложена в разпоредбите на подзаконови нормативни актове. (Наредба № 9 за ползване на водоснабдителните и канализационните системи, 1994; Наредба № 4 за условията и реда за присъединяване на потребителите и за ползване на водоснабдителните и канализационните системи, 2004)

Процесът „измерване" представлява намирането на стойността на физичната величина по опитен път със специални технически средства. Така въведеният модел за установяване на точност и достоверност в търговските плащания при предоставянето на услугата „питейно-битово водоснабдяване" се счита, че удовлетворява обществените отношения и защитава интересите на потребителя. Договорно задължение на ВиК-операторите е да регистрират и отчитат количеството вода на монтираните от тях водомери на водопроводните отклонения, както и монтираните от абонатите индивидуални водомери. Регулирани са дори разликите в количествата, отчетени по общия водомер и по индивидуалните водомери, при сградите етажна собственост - разпределя се пропорционално на отчетените количества на отделните абонати. Въведен е принципът „изравняване на потребителски сметки".

В Наредба № 9 за ползване на водоснабдителните и канализационните системи е предвиден казусът, в случаите на неотчетена вода по вина на ВиК-операторите, дружествата да поемат разходите за консумираната от абонатите количества питейно-битова вода. (Наредба № 9 за ползване на водоснабдителните и канализационните системи, 1994)

След законодателни промени тази защитна потребителска клауза вече е отменена. Дефинирани са следните противоположни изисквания :

От една страна, абонатите се задължават да монтират индивидуални водомери във всяко жилище или друг самостоятелен имот в сградите етажна собственост, а ВиК-оператора - водомери на водопроводните отклонения, които са без водомер.

От друга, предприятията "ВиК" съгласувано с Министерството на регионалното развитие и благоустройството

могат да освобождават по целесъобразност абонати от задълженията им да монтират водомери. (Наредба № 4 за условията и реда за присъединяване на потребителите и за ползване на водоснабдителните и канализационните системи, 2004).

Независимо от договорната разпоредба за задължителни индивидуални водомери, е предвидена хипотеза за липса на измервателен уред. За абонати (физически лица) на жилищни имоти се допуска заплащането на изразходваната, отведената и пречистената вода като количеството изразходвана вода за един месец се определя по 6 куб. м (при топлофицирано жилище) и по 5 куб. м (при нетоплофицирано жилище) за всеки адресно регистриран обитател. За абонати (юридически лица) са посочени следните случаи, в които фактурирането и заплащането на ползвана питейно-битова вода се извършва без измерване.

За сгради в строеж: инкасирането на ползвана питейно-битова вода се извършва на база застроен обем сграда по 0,5 куб. м за всеки куб. м застроен обем на сграда. За обществени чешми и фонтани в населени места: инкасирането на ползвана питейно-битова вода се извършва на база договор между общината (кметството) и ВиК-оператора. За национална служба "Пожарна и аварийна безопасност": инкасирането на ползвана питейно-битова вода от пожарните хидранти на водоснабдителната система ВиК-операторът следва да осигури свой представител за съставяне на протокол, в който се отразяват използваните количества вода за гасене на пожари.

Дискриминационният характер на текста е особено видим при тежките санкции, които следва да бъдат наложени на онези абонати, които не осигуряват достъп за отчитане на показанията на водомера. Тогава разходът на вода се изчислява по пропускателната способност на водопроводната инсталация непосредствено преди водомера при непрекъснато изтичане на водата със скорост 1,5 м/сек. При повторно неосигуряване на достъп до водомера водоподаването се прекратява.

Независимо от дискриминационния характер на отчитането и фактурирането на ползваната питейно-битова вода, при неизпълнение на договорните отношения от страна на потребителя, са предвидени два паралелни вида санкции срещу абонати, отказали да заплатят дължими суми :

- ВиК-операторът има право да прекъсне водоподаването и отвеждането на отпадъчните води. Възстановяването им се извършва в тридневен срок от погасяване на задълженията на абонатите и предварително заплащане от тях на разходите по прекъсване и възстановяване подаването и отвеждането на водата.

- абонатът подлежи на принудително изпълнение при условията и по реда на Гражданския процесуален кодекс (ГПК). Управителят на ВиК-оператора може да се снабди с изпълнителен лист за дължимата от абоната сума. Изпълнителният лист се издава от районния съдия въз основа на писмено искане, към което се прилагат копие от документите, договорът за водоснабдяване и извлеченията от сметките, с които се установяват вземанията на ВиК-оператора, ако задължението не е изпълнено след писмена покана в 7-дневен срок.

Не е предвидена възможност за граждански контрол, нито възможност за независим арбитраж при възникване на неизпълнение на договорните отношения между страните.

Заключение

Предоставянето на обществената услуга „питейно-битово водоснабдяване" е обвързано с два типа договорни отношения: „принципал-агент" и договор за доставка (потребителски договор)

Предлаганите потребителски договори с общи условия не отговарят на европейските принципи - индивидуално договаряне на всяка клауза от договора

ВиК-операторът прилага скъп, субективен и конфликтен метод за отчитане на полезно използваните количества вода от потребителите

Създаването на две паралелни търговски практики при предоставянето на една и съща услуга поражда дискриминационни последствия. Поставянето на потребителите в неравно положение спрямо един и същ воден оператор, при предоставянето на една и съща услуга формира дискриминационна среда. Създават се две групи потребители – привилегировани и дискриминирани.

Съществуващият държавен контрол върху дейността на водните оператори е неефективен и не гарантира защита на общественият интерес при предоставянето на услугата „питейно-битово водоснабдяване". Възможностите за граждански контрол са силно ограничени. Не е предвидена възможност за независим арбитраж при възникване на неизпълнение на договорните отношения между страните.

Литература

Ракарова, С. 2008, Икономика за мениджъри, С.

Олейник, А., 2000, Институцинальная экономика, Инфра-М, Москва.

Златарев, Е., В. Христофоров, 2008, Търговско право, С.

Council Directive 93/13/EEC.

Закон за защита на потребителите (Обн. ДВ. бр. 99 от 9 Декември 2005 г.).

Закон за защита на потребителите и правилата на търговия (Обн., ДВ, бр. 30 от 02.04.1999 г.).

Наредба № 9 за ползване на водоснабдителните и канализационните системи (Обн. ДВ. бр.77 от 23 Септември 1994 г.).

Наредба № 4 за условията и реда за присъединяване на потребителите и за ползване на водоснабдителните и канализационните системи, (Обн. ДВ. бр.88 от 8 Октомври 2004 г.).

Директива 2006/32/ЕО на европейския парламент и на съвета от 5 април 2006 г.

Конституция на Република България (Обн. ДВ. бр. 56 от 13. 07. 1991 г.).

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

УПРАВЛЕНИЕ НА РИСКА ОТ ПРИРОДНИ БЕДСТВИЯ

Атанас Близнаков[1], Десислава Костова[2]

[1] Нов български университет
[2] Минно-геоложки университет"Св. Иван Рилски", 1700 София

РЕЗЮМЕ. Управлението на риска от природни бедствия обхваща широк кръг от проблеми, възприемани като опасност от нещо несигурно, като отрицание на устойчивостта и увереността. Този риск произтича от ставащо против волята на човека „природно явление". Управлението на риска от природни бедствия е представено, като целенасочен процес за формиране на компромис между ползата от минимизирането на риска и необходимите за това разходи, както и вземане на решение за това какви действия трябва да се предприемат, приложими модели и процедури, в това число нулева алтернатива. Изследването на стратегиите за управление на риска се свързва с твърде широк кръг от незадоволително ситуирани конкретни проблеми, като наличието на противоречия и бели полета в нормативни и поднормативни актове, ограничено третиране на риска, скромен практически опит на организациите по неговото управление и обстоятелството че, феноменът риск е все още извън необходимото обществено внимание.

RISK MANAGEMENT FROM NATURAL DISASTERS

Atanas Bliznakov[1], Desislava Kostova[2]
[1] New Bulgarian University
[2] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia

ABSTRACT. Risk management from natural disasters involves a wide range of issue concerning danger from something unsure and unstable. This risk is a result of natural process and events, such as earthquakes, landslides, floods, curricanes, etc. Risk management from natural disasters is presented as a process of compromising between risk decreasing and the necessary expentures as well as making action decisions, applied models and procedures including no alternative. Risk management strategies studies involve a wide range of unsolved problems such as: contradictions or lack in legislation, limited risk treatment, limited organizational practical experience management and the fact that the risk from natural disasters is still outside public attention.

Въведение

Терминът риск се използва във всички сфери на обществения живот, в политиката, управлението, икономиката, спорта, медицината, военното дело, научните изследвания и т.н. Ежедневието на всеки човек е съпътствано от риск от: автомобилна катастрофа, пожар, кражба, нереализиран проект и много други. В това понятие се влага различен смисъл:

- опасност от настъпване на загуба на човешки живот;
- вероятност за нанасяне на материална щета;
- възможност за увреждане;
- отговорност, която може да се прехвърли от един субект на друг субект
- неблагоприятно отклонение от очакван резултат;
- средство за постигане на печалба;
- мярка за опасност и много други.

Понятието "риск" е навлязло първоначално в застрахователното дело. Безспорно теорията на вероятностите и статистика заедно с теорията за вземане на решения (*Петров, С. 2001)* дават не само понятиен апарат, но и основен инструментариум в управлението на риска. От терминологична гледна точка рискът на мениджмънта не е в завършено и напълно установено състояние. Разбира се, едва ли е необходимо да се уеднаквят всички понятия и инструменти, които са утвърдени и се използват в различни сфери на човешката дейност. Например, собствена терминология и методи има в застраховането, в статистиката и т.н., но по-важно е не уеднаквяване на различията, а познаване на същността.

Същност на риска

Рискът като събитие или като съвкупност от събития притежава множество от дискретни и/или непрекъснати реализации, всяка от които има своя вероятност и размер на щетата. Рискът се приема и като опасност от нещо несигурно, като отрицание на увереността. Несигурността са съмненията, които има човек по отношение на възможността да предвиди какво ще се случи. Тя е личностното усещане за риска. Обективното съществуване на риска се свързва с природни явления, като земетресения, наводнения, урагани и т.н., които стават против волята на човека.

Оценката на риска от природно бедствие „като земетресение, наводнение, свличане на земни пластове,

буря, снежна виелица, лавина, специфичен пожар, продължителна суша, когато са причинени жертви и тежки щети на собствеността или са застрашени здравето и животът на населението (Мардиросян Г. и колектив, 2011)" изисква познаване на конкретното природно явление. При риск разпределението на резултатите в група става известно чрез априорни изчисления или след статистическа обработка на данни от предходни проявления. При неопределеност е невъзможно да се извърши групиране на проявленията поради уникалността на ситуациите. Риск и неопределеност са две различими състояния на неизвестност и несигурност.

Рискът изразява мярката за опасност при определени ситуации, в които има компоненти с негативно въздействие върху обществото, човека или околната среда. Международната организация по стандартизация е приела стандарт за управление на риска *ISO/IEC Guide 73*. В него са дадени термини и дефиниции, свързани с управлението на риска:

- **риск** - обединение на вероятността за събитие и неговото следствие. Основно се използва единствено, когато има поне възможност за негативни последствия. В някои ситуации рискът възниква от възможността за отклонение от очаквания резултат или събитие.
- **управление на риска** - координирани действия за управление и контрол на организация относно риска. Управлението на риска основно включва оценка на риска, третиране на риска, приемане на риска и риск комуникация.
- **система за управление на риска** - множество от елементи (в т.ч. стратегическо планиране, вземане на решение) на системата за управление на организацията, занимаваща се с управлението на риска.

Спонтанността на природните процеси и явления поражда риск. Неговото изследване предполага разкриване на същност, елементи, характеристики, като налага:

- задълбочаване на знанията за възникване на проблемни ситуации, породени от природни процеси и явления;
- минимизиране на загуби или деформиране на информация за природни явления;
- достъп до ресурси.

За измерване на риска най-често се използват вероятност, дисперсия, средно-квадратично отклонение, коефициент на вариация и т.н. Необходимо е да се изследват причините за пораждането на риск, критериите за оценка на риска, връзката между обективния и субективния фактор.

Под класификация на риска следва да се разбира разпределението на риска в конкретни групи по определени признаци. Класификационната система на рисковете включва групи, категории, видове, подвидове и разновидности на риска. Съществуват класификации на природните бедствия, използващи за критерий мащабите на щетите и преди всичко човешките жертви. Практически полезна е класификацията на природните бедствия по територия на тяхното проявление. По критерий времетраене – *мигновенни* (мълнии, падане на метеорит, изригване на вулкан, земетресение, снежна лавина и т.н.), с продължителност *часове и дни* (наводнения, горски пожари, прахови бури, градушки и др.) и продължаващи *седмици и месеци* (свлачища, суша и др.) (*Близнаков, Ат., 2006)*. Безспорно възможни са и други класификационни схеми, в това число и в тясно специализирани групи, за които се доуточнява характерът на съответния риск или се акцентира само върху някои негови характеристики. Съществуващото разнообразие на дефиниции за риска показва, че това явление е многоаспектно, с разнообразни мнения за неговата същност, с множество несъвпадащи, а често и противоположни основания за причините, които го пораждат, с недостатъчно, а понякога и неадекватно използване на тази категория в реалната практика.

Рисковете, произтичащи от природни бедствия, обичайно се отнасят към чистите рискове. Като такива се означават тези, свързани с възможно получаване на отрицателен или нулев резултат. Осъществяването на риска означава възникване на загуба и обратен случай – неосъществяване на риска означава запазване на желано състояние.

Управление на риска

В непосредствена връзка с оценката - измерването на риска - е управлението на риска. Счита се, че риск мениджмънтът се е формирал във втората половина на XX век като синтетична научна дисциплина, която изучава влиянието върху различни сфери на човешката дейност на случайни събития, които нанасят физически и/или материални щети. Той включва създаване на институции, стандарти, модели, методи, инструменти, като същността на управлението на риска е във вземането на решение за максимизиране на множеството от фактори, условия и обстоятелства, които могат да се управляват и минимизация на множеството от фактори, условия и обстоятелства, които не могат да се управляват и в рамките, на които връзката "причина - следствие" е скрита или неизвестна. Основните фактори, които трябва да се отчитат и характеризират всеки риск, са неопределеност, поради незнание и/или липса на информация, неточност в резултат на недостоверни или непълни количествени и/или качествени оценки за разглежданата проблемна ситуация и конфронтацията, породена от противодействия.

Информацията в риск мениджмънта трябва да отговаря на определени изисквания за качество, достоверност, надеждност, навременност и на редица специфични изисквания.

Изведени се две групи функции на управлението на риска на: обекта на управление и на субекта на управление. Функциите на обекта на управление на риск мениджмънта се отнасят до организацията на: идентификация на риска, рискови инвестиции на капитал, дейности по намаляване на риска, процеси по застраховане на риска и икономически отношения. Към функциите на субекта на управление в риск мениджмънта се отнасят: прогнозиране, организация, управление, координация, стимулиране и контрол и анализ на резултатите. Прогнозирането най-често е екстраполация на миналото в бъдещето, но все по-съществено място заемат и много нови математически методи за прогнозиране. Организацията в риск мениджмънта, като

обединение на група хора, може да е свързана със създаване на специфични органи за управление, формиране на структура на апарат за управление, разработване на норми, нормативи, методики и т.н.

Тези задачи могат да имат различни нюанси в зависимост от това кога се реализират - преди щетата (режим превантивен), по време на щетата (режим криза) и след щетата (режим постфактум).

Управлението на риска е дейност, която е насочена към ефективна защита от случайни природни събития, които носят определена предимно материална щета. Като управленска дейност управлението на риска изисква интегрирани усилия и включва вземането на решения и реализацията на взетите решения като последователност от управленски въздействия. Това определя управлението на риска като процес на избор и прилагане на решения, които минимизират широка гама от случайни природни бедствия.

Всеки риск, както е известно, се характеризира с три измерения:

1. ценност, намираща се под заплаха;

2. опасност, проявлението на която може да предизвика загубата на тази ценност;

3. финансови последици от загубата.

Измененията, по което и да е от тези три измерения, променя експозицията. Анализът на множеството рискове за индивидуализирана територия (обект) за конкретен времеви период е важна задача от управлението на риска. Следва всички индивидуализирани рискове да се ранжират в общ рисков спектър.

Съществуват различни схеми на процеса на управление на риска. Общото в тях е, че са свързани с многоетапен процес, който има за цел да намали или компенсира щетите за обекта при настъпване на неблагоприятни събития. Най-често като основни се систематизират следните пет етапа на процеса на управление на риска:

- анализ на риска;
- избор на методи за въздействия върху риска;
- вземане на решение;
- непосредствено въздействие върху риска;
- контрол и коригиране на резултатите от процеса на управлението.

Етапът "анализ на риска" включва:

а) идентифициране на всички рискове, които са присъщи на изследваната природно-териториална система;

б) количествена и/или качествена оценка на установените рискове, т.е. на техните характеристики, както и на вероятността и размера на възможната щета (загуба).

При оценка на риска основно се използват три подхода:

1. анализ на статистическите данни за неблагоприятни събития в миналото;
2. теоретичен анализ на структурата на причинно-следствените връзки на процеса;
3. експертен подход.

Широкото приложение на първия подход се свързва с използването на следните четири метода: метода на дървото на събитията, метода "събитие - следствие", метода на дървото на отказите и метода на индексите на опасност.

Методите за оценка на загубите (щетите) включват както преките (непосредствени) загуби, така и косвените щети.

На етапа "анализ на риска" се формират сценарии за развитие на неблагоприятни ситуации, като за различни рискове могат да бъдат построени функции на разпределение на вероятностите за настъпване на щета в зависимост от нейния размер.

Анализът на риска често може да протича в различни направления, например от разкриване към оценка и обратно, а дори не винаги е възможно този анализ да бъде разделен на самостоятелни части от общия процес.

Следващият етап "избор на методи за въздействия върху риска" е насочен към превенция и минимизиране на възможната щета, поради което възниква необходимост от оценяване на сравнителната ефективност на разглежданите достъпни методи за въздействие по множество от различни критерии.

Третият етап "вземане на решение" включва определянето на необходимите ресурси за реализиране на избрания метод за въздействие върху риска, анализ на условията, разпределение на отговорностите и т.н.

Четвъртият етап "непосредствено въздействие върху риска" се представя от три основни техники за въздействие: намаляване, запазване и предаване. Намаляването на риска е намаляване или на размера на възможната щета, или на вероятността за настъпване на неблагоприятни събития, за възникване на риск. То включва и пълното изключване на риска. Намаляването на риска може да се реализира като съвкупност от предупредителни организационно-технически мероприятия, като например системи за контрол и ранно оповестяване, устойчивост и безопасност на съоръжения и сгради, обучение на заети и др.

Запазване на риска налага създаване на специални резервни фондове за самозастраховане или за риск, за компенсиране на щети. Запазването на риска предполага и отказване от действия, т.е. приемане на риска.

Трансфер на риска е свързан с предаване на отговорностите за него на трети страни при запазване на съществуващото равнище на риска. Предаването на отговорности включва застраховането. То е свързано със заплащане на застрахователна премия, за да се избегне възможният риск от загуба на по-големи суми.

Двата способа - запазване и предаване на риска включват мерки, които по своята същност са финансови механизми.

Способите за непосредствено въздействие върху риска могат да бъдат разделени на досъбитийни и следсъбитийни в зависимост от момента на проявление - преди или след настъпването на природното бедствие.

Последният етап "контрол и коригиране на резултатите от процеса на управлението" включва получаването на информация за загуби и щети с размера на средствата за тяхната минимизация. На този етап е възможно да се разкрият и нови обстоятелства, които променят равнището

на риска и налагат одит за ефективността на работа на системата за осигуряване на безопасността.

Могат да се формулират четири стратегии за управление на риска:

- избягване на риска, т.е. съзнателно решение за анулиране на определен вид риск. Разбира се, значителната част от рисковете, породени от природни бедствия, не предполагат анулиране. Например: риск от земетресение;
- предотвратяване на щетата е стратегия за намаляване на вероятността за щета и за минимизиране на последиците. Тази техника трябва да се прилага преди възникване на природно бедствие, по време и след него;
- приемане на риска се състои в покриване на щетите за сметка на собствени ресурси;
- трансфер на риска е стратегията за предаване на риска.

Управлението на риска предполага:

- знание за рисковете, породени от природни бедствия, тяхната взаимна връзка, а също така информация за възможните компенсации;
- разбиране за това как рискът се отразява върху икономическо и социално състояние на територията/обекта, както и вероятностите и ранжирането на всички рискове;
- анализ на съществуващи противоречия в управление на риска и разпределение на ресурсите при отчитане на степента на риска

Заключение

Уязвимостта от природни бедствия е отражение и функция на настоящето състояние на личните и общите материални, обществени, икономически и екологични условия, които се променят постоянно под влиянието на начина на мислене, от поведенческите, културните, социално-икономическите и политическите влияния върху индивидите, семействата, екипите, общностите и държавите. Управлението на риска от природни бедствия следва да заема централно място в стратегическото управление на всички управленски равнища поради заплахата от колосални по размери загуби и щети.

Литература

Близнаков, Ат.2006. Оценка на риска от екологични катастрофи. С., НБУ, 19 с.

Близнаков, Ат. 2005. Основни характеристики на наводненията. // *Планета екоинфо* ,бр. 8, с. 13

Близнаков Ат., Мардиросян Г. 2004. Аерокосмически методи за оценка на въздействието на горските пожари върху околната среда. // *Гора,* кн. 7, с. 20–21

Гълъбинов, Р. 2012 Застраховане на катастрофичните рискове. С., Ciela, 127 с.

Мардиросян Г., Рангелов Б., Близнаков Ат. 2011. Природни бедствия. възникване, последици, защита. С., Авит консулт, 172 с.

Оперативная диагностика, оценка масштабов и уменьшение последствий стрессовых природных процессов. София, Акад. изд. "Проф. Марин Дринов", 2011. 288 с.

Петров, С. 2010. Управление на риска. С., Авангард Прима, 128 с.

Петров, С., Велева– Стефанова, Сн. 2001. Обща теория на статистиката. С., ПИК България, 356 с.

Risk Management Standard. ISO/IEC Guide'73, 2002.

Tzvi, R., A. Shenhar, D. Dvir. 2002. Risk Management, Project Success, and Technological Uncertainty, *R&D Management*, 32, 2

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

ПРАКТИЧЕСКИ ПРИЛОЖИМ МОДЕЛ С ИЗПОЛЗВАНЕ НА РЕАЛНИ ОПЦИИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ НА НЕТЪРГУВАНИ АКТИВИ В ДОБИВНАТА ИНДУСТРИЯ

Златин Съръстов

Университет за национално и световно стопанство, 1700 София, zlatin.sarastov@amphoracap.com

РЕЗЮМЕ. Оценяването посредством използването на подхода на реалните опции е водещият съвременен метод за оценяване в добивната индустрия, особено когато е налице свобода за управленски избор на времевото позициониране, както и на разрастване и съкращаване на дейността. Теоретичните постановки по прилагането на метода са добре развити, но приложението му на практика поставя сериозни предизвикателства, особено когато активите не са търгувани на организиран пазар. Представяният модел се опитва да предложи удачно опростен подход, който е интуитивен, разбираем и лесно приложим на практика, като в същото време се стреми да запази добра аналитична и описателна способност. Моделът надгражда над вече публикуван модел за стохастично динамично моделиране на предприятия, който обхваща профила на риска и възвращаемостта и дава основа за прилагането на подхода на реалните опции.

A PRACTICAL REAL OPTIONS MODEL FOR VALUING NON-TRADED NATURAL RESOURCE ASSETS

Zlatin Sarastov

University of national and world economy, 1700 Sofia, zlatin.sarastov@amphoracap.com

ABSTRACT. Real options valuation approach is the leading modern method for valuing natural resource assets when embedded managerial flexibility to time, expand and contract a project is present. It is often the case that multiple flexibility options are present and they interact with each other. The theoretical background regarding the method is well developed but the practical implementation poses serious challenges especially when the assets are non-traded. The presented model attempts to offer a suitably simplified approach that is intuitive, understandable and easy to implement in practice, whilst also preserving good analytical and explanatory power. It builds upon a previously published practical model for stochastic dynamic modeling of enterprises that encompasses the risk return profile and provides grounds for the application of the real options approach.

Настоящата разработка си поставя за цел изчерпателно идентифициране на набора от най-често срещаните реални опции както поотделно така и в тяхната комбинирана проява, като се изпробват и оценят алтернативни възможни комбинации. За да илюстрираме подхода и начина на работа използваме резултатите от подобен анализ на казус, който вече е осъществен от автора.

Очертаване на компанията в рамка от реални опции

След стохастично моделиране на дейността на предприятието идва ред на идентифициране на източниците на стойност, които евентуално могат да произтичат от нея. Тази стойност произтича от асиметричността на резултатите вследствие на рационална управленска интервенция, изразяваща се в конструктивно действие и бездействие, асиметричността най-добре се описва с апарата на реалните опции, тъй като води до позитивно повлияана асиметричнос, която наподобава резултатите от възвращаемостта на опциите.

Разрешаване на несигурността

Несигурност най-общо се моделира чрез разделяне на бъдещото развитие на два или повече периода, през които несигурността поетапно се реализира. За начало ще се спрем на два периода – първият е несигурен, а при втория отпада значителна част от несигурността. По време на първия "несигурен" период компанията ще следва рационална политика към проучване на своята позиция и проправяне на път в нови сегменти. В зависимост от резултатите си компанията навлиза във втория период (от година 5 до безкрайност), който се характеризира с по-малко динамика на пазарната среда и компанията ще имат възможност да се възползва от направените инвестиции.

Анализ на частта представлявана от опциите

С цел постигане на първоначална параметризация, преди да се определят реалните опции, с които предприятието разполага, от интерес е да се опише стратегически компонент на стойността с единична европейска кол опция за разширяване. Анализът се

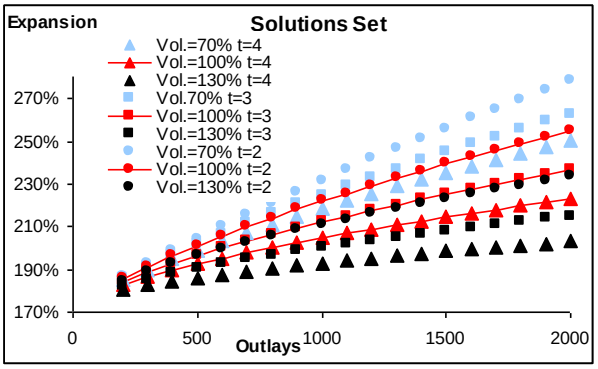
базира на конструкцията за разширена ННС и допускането, че тя надвишава статичната класически изчислена ННС с произволно избран коефициент Е.

Разширена ННС = Статична ННС + Опционна премия (Управленска Гъвкавост)

Типът на опцията кол е умишлено избран, тъй като по предположение по-голямата част от стратегическата стойност на компанията е свързана с растежа.

Идентифициран е набор от опции, чиято стойност изравнява разширената ННС с пазарната капитализация. Стандартният подход Блек и Шоулс се прилага за параметризиране на компонента от стойността на компанията представен от премията на избраната европейска опция. Тъй като броят на опциите, които отговарят на изискването е безкраен, търсим евентуалната цена на упражняване, при предварително зададени вариативност, лихвен процент и срок на валидност. Коефициентът на разширение (цената на упражняване), който изравнява разширената ННС на пазарната стойност се изчислява посредством апроксимация.

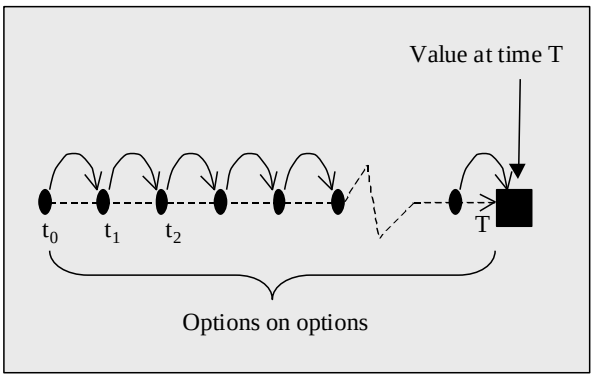
При равни други условия, по-високата дисперсия на базовия актив позволява по-нисък изискуем коефициент на експанзия. Колкото е по-дълъг периода, толкова по-нисък е изискуемият коефициент на експанзия. С увеличението на инвестиционните разходи се увеличава и коефициента на разширяване. Следващата графика ясно очертава тези отношения.



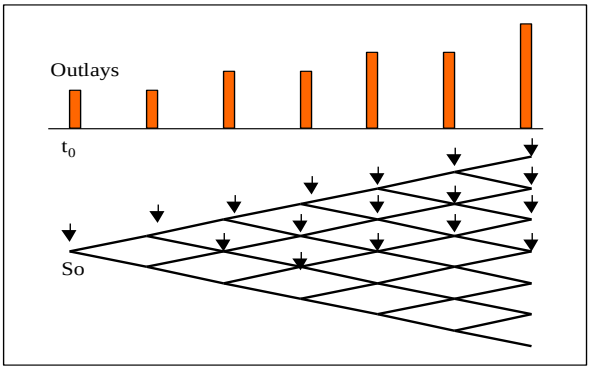
Въпреки своята абстрактност, този анализ е показателен в много отношения. Необходимото разширяване е от съществено значение при всички предварително зададени матуритети и цени на упражняване (в случая коефициенти на експанзия).

Поетапна инвестиционна гъвкавост

Нека приемем, че разглежданият случай е многостепенен проект, защото инвестиционните разходи не са еднократни, а поредица, простираща се до хоризонта. Компанията може да бъде възприета като съставна опция, където по-ранната инвестиционна "вноска" представлява цената на упражняване, необходима за продължаване на проекта до момента, в който следващата вноска е дължима и така нататък. Може да се окаже по-целесъобразно проектът да бъде преустановен, ако не се осъществява задоволително. Аналитичните техники на метода на дисконтираните парични потоци очевидно подценява тези съставни инвестиции, тъй като пренебрегва тяхната присъща гъвкавост.



Цената на упражняване е равна на стойността на съответните инвестиционни разходи, които компанията следва да прави, за да продължи да оперира. Съществуват две нива на гъвкавост - възможността да се избегнат отрицателни парични потоци и възможността да се преустановят бъдещите инвестиционни разходи.

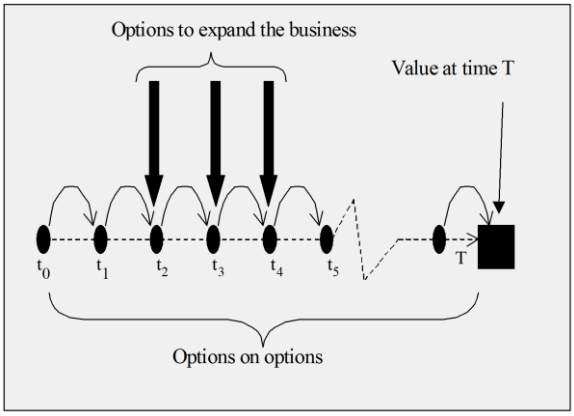


Опции за продължаване или напускане на бизнеса

Ефектът от опциите за напускане на бизнеса е подобен на този на съставните опции, тъй като те се отнасят към един и същи вид гъвкавост - отказ от определени инвестиционни или оперативни разходи, ако това е по-изгодно. Единствената разлика между двете е при дефинирането на базовия актив. В сценария с поетапни инвестиции, базовият актив не включва настоящата стойност на инвестиционните разходи, ефектът от които е обхванат от цените на упражняване на последващите съставни опции. При пут опциите за напускане на бизнеса базовият актив е ННС. Подходът с пут опции е по-гъвкав, тъй като позволява моделиране на частично свиване.

Опции за разширяване на дейността

Пазарът често предоставя възможности за увеличаване на мащаба и обхвата на бизнеса. Тези възможности се разглеждат като реални кол опции за разширяване на бизнеса. Ползата от инвестиция в един проект зависи основно от успеха, представен от стойността си във времето, когато решението за упражняване (инвестиране) трябва да бъде взето. Затова се приема, че разширяването е зависимо от стойността на дейността и ефектът на разширяване е функция от нея. Вследствие, по-ранна опция за разширяване, ако бъде упражнена, увеличава стойността на основния актив и всички последващи възможности за инвестиции.



Направен е опит за идентификация на някои от възможностите и тяхното описание посредством реални опции. Тъй като постигането точни прогнози не е възможно, приемаме дискреционно определени величини за определяне на разходите и степента на разширяване на дейността във всеки отделен случай. Срокът на валидност се определя като се взема предвид съществуващата конкуренция. Въпреки, че компанията най-вероятно ще разполага с възможността за по-ранно упражняване, възможностите за разширяване са моделирани като европейска кол-опция, за да се избегнат изчислителни усложнения.

Option Type	Notation	Expiry	Outlay	Expand
New Field 1	E1	2001 Q4	250	20%
New Field 2	E2	2002 Q1	2000	50%
New Field 3	E3	2002 Q2	300	25%
New Field 4	E4	2003 Q3	450	20%
New Field 5	E5	2004 Q4	6000	50%

Възможностите в действителност могат да предприемат всякаква форма. Не е възможно да се идентифицират всички възможности за увеличение на обхвата на бизнеса. Нито се претендира, че идентифицираните реални опции са действително съществуващите и с правилните параметри.

Задачата е да се оценят опциите в тяхната комбинация. Опциите взаимодействат между себе си и своите стойности и не са линейно адитивни.

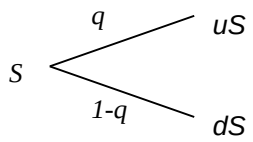
Логаритмично трансформиран биномен модел

Има различни числени процедури за решаване сложни проблеми с опции, които са бързи за изпълнение. Въпреки това, в по-типичните сложни ситуации в реалния живот, като например тези, които са свързани с множество взаимодействащи си реални опции, аналитични решения може да не съществуват или да бъдат много сложни и трудно приложими. Най-често срещаните от приложимите методи в тези случаи са симулация, преки и косвени крайни диференциални методи и лог-трансформиран биномен подход тип биномно дърво . Последният метод е интуитивен, прост и гъвкав при работа с различни стохастични процеси на базовия актив, сложни дивидентни изплащания при опции, ранно упражняване или други междинни решения. В допълнение, лог-трансформираният биномен подход е лесно приложим за реални опции, с поредица от съставни опции, непропорционални парични потоци подобни на дивидент, към и от базовия актив, конкурентни намеси и взаимодействия между различни реални опции. Това е методът, приложен тук, за оценка на набор от опции.

Общият мултипликативен биномен подход за оценяване на опции е базиран на съставяне на еквивалентен портфейл при отсъствието на арбитраж с предположението, че базовият актив следва мултипликативен биномен процес.

Подходът се основава на следните стантартни предположения:

Съвършен пазар на базовия актив без транзакционни разходи или данъци, където няма ограничения за къси продажби и е разрешено пълното използване на приходите, базовия актив е безкрайно делим и получаването и отпускането на заеми на един и същ процент са неограничени;
Постоянен безрисков краткосрочен процент;
Стойността на базовия актив следва мултипликативен биномен процес или случаен процес:



Цената на базовият актив S в началото на даден период може да се увеличи с фактор u с вероятност q до uS или да се намали с вероятност (1-q) до dS в края на периода.

Риск-неутралният подход използва u и d, за да намери трансформирани риск-неутрални вероятности p и (1-p), което позволява получаване на справедливата стойност на актива чрез дисконтиране на дохода с безрисков лихвен процент. Рисковата премия по този начин е включена в преобразуваните вероятности, а не в очакваната възвръщаемост.

$$S = \frac{puS + (1-p)dS}{1+r}$$

Решаването на това уравнение за рисково-неутралната вероятност p ни дава:

$$p \equiv \frac{1+r-d}{u-d}$$

В тази ситуация, цената на актива при всяко положение е просто очакваният доход, изчислен с помощта на рисково-неутралните вероятности p, (1-p) и след това дисконтиран с безрисковия лихвен процент.

В мултипликативна лог-трансформирана версия на биномния подход параметрите, u, d и p са дефинирани по следния начин:

$$u=e\sigma\sqrt{\tau},$$
$$d=1/u$$
$$p=(er-d)/(u-d)$$

където, τ е времевият период, измерен в години и σ е годишната дисперсия на базовият актив.

Практическото прилагане на лог-трансформирания биномен подход за оценяване на взаимодействащи реални опции се състои от следните стъпки:

- Първоначална спецификация на параметрите;
- Предварителни изчисления, необходими за останалата част от алгоритъма;
- Определяне на крайни гранични стойности;
- Обратен итеративен процес;

Първоначална спецификация на параметрите

Разглеждани са два сценария. В първия, гъвкавостта, състояща се от възможност за отказ от проекта, ще бъде заложена в пут опции. Във втория, този източник на гъвкавост ще бъде моделиран като поетапно инвестиране със съставни кол-опции. Първият сценарий е развит като основен.

Базов актив

Базовият актив се определя като статичната нетна настояща стойност на компанията, получена от метода на ДПП. Всички реални опции съпътстващи инвестиционната възможност, се третират като зависими от него. В действителност упражняването на реалните опции зависи от много различни фактори. Предполага се, че статичната ННС отразява правилно тези фактори в тяхната комбинация.

По дефиниция, базовият актив е в брутно изражение без всички гъвкави разходи, защото тези разходи са обект на преценка на ръководството и ще бъдат направени, само ако е рационално.

В допълнение, очакваните свободните парични потоци от базовия актив, независимо дали са разнородни или с постоянна пропорционална величина, наподобяваща плащането на дивиденти от акция. Приема се, че такива плащания няма да се извършват от базовия актив и всички парични потоци ще бъдат реинвестирани в бизнеса, което е едно реалистично предположение.

Дисперсия на базовия актив

Дисперсията на базовият актив е от ключов аспект в този модел. Въпреки това, не е пряко наблюдавана на пазара, тъй като цената на акциите отразява промяната на стойността на целия портфейл от възможности за инвестиции, включително присъщите реалните опции. И все пак, оценка на дисперсията на възвращаемостта на ценните книжа е добра отправна точка. Оценките на дисперсията на възвръщаемостта на ценните книжа може да бъде получена както от историческите цени, така и от дисперсията на опции, които се търгуват от подобни регистрирани дружества. Те могат да бъдат сравнени с оценка на дисперсията на минния сектор предоставени от различните служби за измерване на риска. Резултатите са изведени в следващата таблица.

	Historical Daily Returns	Implied Vol. At the money options	Mining Sector RMS	Applied Research
Volatility	112%	89%	83%	85.66%

Използваната оценка на дисперсията се приема за най-добър ориентир, тъй като тя е ориентир към бъдещето, базирана на пазарен консенсус и отразява по най-добър начин бъдещата несигурност, която среща сектора и подобни компании.

Дисперсията на базовия актив (120%) се използва от дисперсията на ценните книжа и по този начин стойността от модела е равна на стойността на компанията, наблюдавана на пазара и дисперсията от модела е равна на тази, наблюдавана на пазара.

Безрисков лихвен процент, rf

Използван е дългосрочен среден лихвен процент 6%, изчислен от краткосрочния лихвен процент.

Времеви хоризонт, T и стъпки на разклонение по дървото, τ

Времевият хоризонт зависи от оценката ни, кога периодът на несигурност, свързан с компанията, ще бъде разрешен. Предполага се, че по-голямата част от несигурността ще се разреши до края на четвъртата година, когато по-голямата част от проучването ще бъде завършено. Времевата стъпка на дървото е

разпределена на тримесечия, тъй като това е типичната дължина на време, в която може да се случи съществена промяна в индустрията и в която се извършва управленска отчетност и преглед.

Опции за разширяване на бизнеса

Следната формула описва стойността на опцията за разширяване бизнеса на падежа:

$$E = \max(\Delta V_t - I_t, 0)$$

където ΔVt представлява увеличението на стойността на базовия актив във време t и It е нужният инвестиционен разход. Увеличението на стойността зависи от успеха на компанията до този момент, което съответства на съответния възел от биномното репликационно дърво. Следователно, увеличението на стойността се изразява като процент от базовия актив:

$$\Delta Vt = e\% \times V.$$

От тук, приходът от опцията за разширяване на бизнеса е:

$$E = \max(e_t\% \times V_t - I_t, 0).$$

Следващата таблица, предоставя параметрите на опцията за разширяване на бизнеса.

Option Type		Maturity	Strike Price	Expand
New Field 1	E1	2001 Q4	250	20%
New Field 2	E2	2002 Q1	2000	50%
New Field 3	E3	2002 Q2	300	25%
New Field 4	E4	2003 Q3	450	20%
New Field 5	E5	2004 Q4	6000	50%

Опции за прекъсване или напълно изоставяне на бизнеса

Опциите за прекъсване или напълно изоставяне на проекта отразява вътрешната гъвкавост на компанията да прекъсне или напълно да спре своите инвестиционни разходи.

Стойността на пут-опция за прекъсване на бизнеса на падеж, c% е изчислена:

$$CT = \max(c\% I_t - c\% V_t, 0)$$

където c%It показва изоставените инвестиционни разходи и c%Vt показва частта от проекта, която е жертвана.

В случай на пълно изоставяне на проекта прихода от пут-опцията приема следната форма:

$$CT = \max(I_t, V_t)$$

Таблицата по-долу предоставя параметрите на опциите за изоставяне на бизнеса.

Option Type		Maturity	Strike, It	Abandon
Default on outlay	C1	Year 1	-34.9	100%
Default on outlay	C2	Year 2	-26.7	100%
Default on outlay	C3	Year 3	-22.7	100%
Default on outlay	C4	Year 4	-7.9	100%

Предварителни изчисления

Втората стъпка включва някои предварителни изчисления.

Inputs and Preliminary Calculations		
Underlying asset	Vo	1450
Volatility of Underlying	σ	120%
Riskless Interest Rate	r	6.0%
Discount rate (single step)	exp(-r*dt)	0.9851
Time (years)	dt	0.25
Up move coefficient	u	1.82
Down move coefficient	d	0.55
Risk-neutral Probability of an 'up' move	p	0.37
Risk-neutral Probability of an 'up' move	1-p	0.63

Използвайки стойностите и променливите от предходната стъпка, алгоритъмът последователно определя следните ключови промени:

Рисково-неутрални промениливи p и (1-p) от p=(erτ- 1/eσ√τ)/(eσ√τ- 1/eσ√τ);

Стойността на базовия актив V(i,t) от V(I,t)=V0eiσ√τ ;

Индексът t обозначава броят от стъпки, всяка с дължина τ и i обозначава цялото число от държавната променлива V съответстваща на нетния брой движения нагоре минус тези надолу.

Определяне на граничните стойности

Третата стъпка включва определяне на крайните гранични стойности (при t=T). За всяка граница i, алгоритъмът попълва стойностите на базовия актив от Vi,T=V0 eσ√T i; и общите стойности на възможността за инвестиция от терминално състояние:

Ri,T = max(Vi,T+max(e%Vi,T-Ie,T, 0),IT),

където RiT, обозначава стойността на на цялата инвестиционна възможност (т.е. общата стойност на базовият актив и неговите вградени реални опции) на стадий i. Математическият израз отразява възможността за разширяване на приекта до максималната граница или да бъде напълно изоставен. Анализирайки нотацията, IT и Ie представляват необходимите разходи за преминаване към следващите стадии на проекта и за разширяването му, при положение, че такива възможности съществуват.

Добавянето на фактор за възможността за частично спиране или изоставяне на проекта модифицира формулата до:

Ri,T = max(Vi,T+max(e%Vi,T-Ie,T,Ic-c% Vi,T, 0),IT).

Обратен итеративен процес

Четвъртата стъпка следва обратен итеративен процес с корекции за парични потоци, наподобяващи изплащане на дивидент и реални опции в подходящо време. Започвайки от края и следвайки обратно триъгълен път, алгоритъмът протича в биномен динамичен подход за програмиране. За всяка стъпка, j (j=T-1,….,1) и всеки втори стадий i алгоритъмът изчислява стойностите на общата инвестиционна възможност, използвайки информация от стъпка t+1. Между всеки две последователни стъпки на дървото, стойността на възможността R(i) в по-ранната стъпка (t) е определена итеративно от горните и долните стадии, изчислени в следващата стъпка (t+1)

$R_{i,t}=e^{-r\tau}[pR_{i+1,t+1}+(1-p)R_{i-1,t+1})]$.

Корекции за парични потоци, подобни на изплащане на дивидент, не са правени, тъй като такива разходи не се очаква да бъдат направени през периода на сигурност.

Корекции за множествени реални опции

Ако в даден момент от времето, t реална опция бъде открита, стойността на цялата възможност се коригира от R към R' в посоченият момент, за да се отрази асиметрията при получаването на допълнителна стойност, въведена от тази гъвкавост.

Корекцията от R до R' за всеки тип гъвкавост е както следва:

Разширяване с e%, инвестирайки допълнително Ie:

$R'=R+\max(e\%R-I_e,0)$

Свиване с c%, спестявайки Ic:

$R'=\max(I_c-c\%R,0)$

Изоставяне, чрез спиране на изплащане на I:

$R'=\max(R-I,0)$

Следният математически израз се състои от комбинирания ефект от всички от горепосочените възможности;

$$R'_{i,t}= \max(R_{i,t}+\max(e\%R_{it}-I_{e,T},I_c-c\% R_{i,t}, 0),I_t).$$

Това е формулата, използвана във всеки възел, i,t от биномното дърво за t=T-1…1.

Резултати

Резултатите от обратната итеративна калкулация са представени в следната таблица:

	2000	01-Q1	01-Q2	01-Q3	01-Q4	02-Q1	02-Q2	02-Q3	02-Q4	03-Q1	03-Q2	03-Q3	03-Q4	04-Q1	04-Q2	04-Q3	04-Q4
Options to Contract																	
Contract					100%				100%				100%				100%
Savings					36				28				24				9
Expansion Options					E1	E2	E3			E4							E5
Investment (Strike)					250	2000	300			450							6000
Value Effect (Payoff)					20%	70%	20%			20%							50%
	3691	7555	15368	30877	60799	97313	108988	168646	310919	571098	871974	1593266	2907611	5302573	9666548	17618297	32107400
		1547	3220	6773	14324	25255	30593	48423	90459	167998	259014	475992	871807	1593096	2907439	5302399	9666370
			618	1243	2572	4860	8001	13253	25288	47812	75168	139817	258635	475823	871635	1592921	2907262
	3668			271	505	958	1840	3422	6616	12876	20983	39605	74497	139307	258462	475648	871458
					143	256	471	879	1658	3156	5662	10724	20388	38825	73778	139132	258285
						81	138	246	451	831	1541	2873	5396	10222	19553	37775	73601
							50	78	134	241	441	808	1484	2736	5073	9491	17975
								35	47	76	132	240	437	796	1450	2642	4814
									28	32	45	73	132	240	437	796	1450
										24	26	30	40	72	132	240	437
											24	24	24	23	40	72	132
												24	24	10	14	22	40
													24	8	9	10	12
														8	8	8	9
															8	8	9
																8	9
																	9

Стойността на най-левия възел на дървото обозначава разширената нетна настояща стойност на възможността за инвестиция или стойността на компанията.

Съставни опции

Съставността в проекта, до сега, бе формулирана чрез пут опции за изоставяне на целия проект, ако е от полза да се направи. Гъвкавостта за изоставяне на проекта може също да бъде моделирана чрез съставна кол опция, както бе обяснено в предишната част.

На всеки етап от периода на несигурност една опция достига своя падеж. Доходът от всяка съставна опция е равен на стойността на последващите етапи на проекта. Доходът на съставната опция към датата на изтичането се изразява чрез следната формула:

$$C_t = \max(R_t - I_t, 0),$$

където Rt обозначава стойността на компанията във време t и It обозначава необходимите разходи за инвестиции, за да сес улови тази стойност.

Стойността на инвестиционната възможност CVt, която е на разположение за придобиване, е определена в обратния итеративен процес. Ударните цени на упражняване на съставните опции са представени в таблицата по-долу.

	Year1	Year2	Year3	Year4
Investment Outlays	-34.9	-26.7	-22.7	-7.9

Дискреционни разходи за инвестиции (ударни цени) трябва да бъдат изолирани от базовия актив. Това е извършено по следният начин:
Базов Актив = Статична ННС – Сегашна стойност(Гъвкави Разходи)

Трябва да бъде направена и корекция за дисперсията на базовия актив.

Изчисляване и резултати

Всички останали параметри на модела са същите. Същите принципи са приложени за определяне на граничните стойности на инвестиционната възможност и обратните итеративни изчисления. Полученият резултат от подхода със съставни опции е по същността си еднакъв с базовия подход.

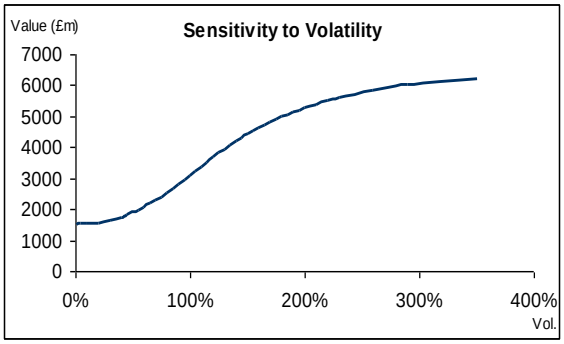
Допълнителната стойност, възникваща от съставните опции е малка. Статичната ННС е £1.450 млн. и когато съставните опции са прибавени, стойността се увеличава до £1.463 млн. Причината е, че съставните опции са еквивалентни на " пут опции за изоставяне на проекта далече извън парите, както бяха демонстрирани в базовия сценарий.

Анализ на чувствителността и по-нататъшни подобрения

Ефекта на дисперсията

Дисперсията на базовия актив е трудна за оценяване. В същото време, тя играе ключова роля в модела, тъй като тя оказва влияние върху стойността на всичките опции. Следователно, от интерес е да бъде проучена чувствителността на стойността на бизнес модела към промени в дисперсията. Резултатите от теста за чувствителност за показани в графиката по-долу.

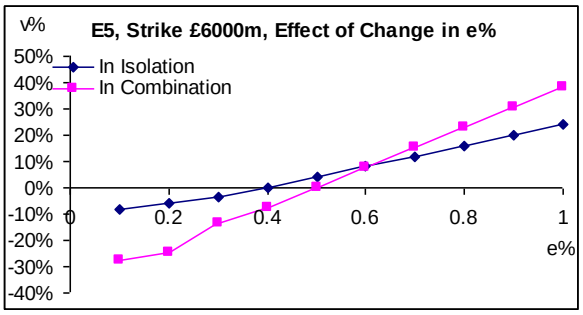
Както се вижда от графиките долу, с увеличението на чувствителността расте и стойността на компанията. Растежът на стойността, обаче, е максимално ограничен до дохода от достъпните възможности и минимално до стойността на базовия актив.



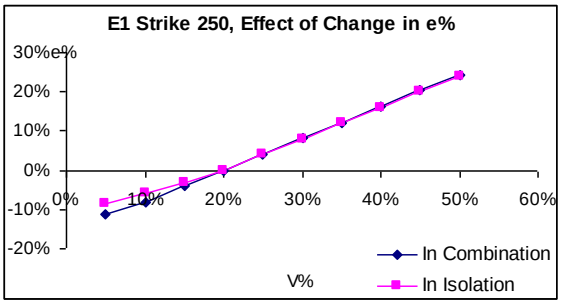
Промяна, изключване и добавяне на опции

Ефектът на възможностите, които са вече поети, може да бъде надценен или подценен. Следователно, от интерес е да се открие как стойността на цялата възможност реагира на промени в параметрите на идентифицираните опции, елиминиране на съществуващи опции и въвеждане на допълнителни такива.

От всички параметри коефициента на разширение има най-силен ефект върху стойността на възможността за инвестиране. Един по един, тестове за чувствителност на стойността на проекта към промени в коефициента за разширение са извършени за всички опции за разширение, както в комбинация с други опции, така и по отделно. Промените в стойността са сходни за всички опции. Като цяло увеличението на коефициента на разширяване води до увеличаване на стойността. Ефектът обаче е по-силен, когато всички други възможности за разширяване са налице. Това е най-очевидно за вариант E5 - този с най-далечен срок на изтичане, защото всички други опции са ефективно върху базовия актив, който ги съдържа. Това е илюстрирано добре на следващата графика.



В контраст, разликата между ефекта на стойността по отделно и в комбинация е почти незначителен за опция E1, която няма други опции върху нея.



Инвестиционните разходи (ударните цени) също имат значителен ефект върху стойността, въпреки че не е толкова силен, колкото този на коефициента за разширение. Един-по-един тестове за чувствителност са направени за всяка една опция за разширение. Резултатите са представени в следната таблица.

E1	Delta V	V*	e2	delta V	V*	E3	delta V	V*	e5	delta V	V*
100	75	3743	800	348	4016	150	92	3760	4500	97	3765
125	55	3723	1000	290	3958	175	77	3745	4750	81	3749
150	44	3712	1200	232	3900	200	61	3729	5000	69	3737
175	33	3701	1400	174	3842	225	46	3714	5250	48	3716
200	22	3690	1600	116	3784	250	30	3698	5500	32	3700
225	11	3679	1800	58	3726	275	15	3683	5750	16	3684
250	0	3668	2000	0	3668	300	0	3668	6000	0	3668
275	-11	3657	2200	-59	3609	325	-16	3652	6250	-17	3651
300	-22	3646	2400	-117	3551	350	-31	3637	6500	-33	3635
325	-33	3635	2600	-175	3493	375	-40	3628	6750	-49	3619
350	-44	3624	2800	-233	3435	400	-46	3622	7000	-66	3602
375	-55	3613	3000	-250	3418	425	-52	3616	7250	-82	3586
400	-66	3602	3200	-264	3404	450	-59	3609	7500	-98	3570

Това води до заключението, че качеството, измерено чрез e%, а не размера Ke на инвестицията за разширение е критично за оценяването на компанията.

Изключване на опции

От интерес е да се разберем, как е добавъчната стойност на всяка от опциите в комбинация с останалите опции. Следователно, опциите са изключени една по една и се наблюдава техният ефект върху стойността. Резултатите са оредставени в следващата таблица

Добавяне на хипотетични опции за разширение

Идентифицирането на източниците на стойност, на която и да е компания, е като решаване на пъзели. Опциите зависят от много фактори, но също така и от компетенциите, възможностите и управленската способност, която да ги създаде, идентифицира и изпълни. Тъй като това оценяване и анализ се извършват от чужда перспектива, няма претенции, че всички опции на разположение са правилно идентифицирани и оценени. Следователно, от интерес е да се отбележи изходът от проекта, когато се въведат други опции.

Тъй като опциите си взаимодействат по между си, комбинираният добавен ефект върху стойността е почти двойно по-голям, от колкото добавените ефекти върху стойността, когато се добавят една по един. Също така хипотетичните опции са разгледани при отсъствието на базов сценарий за разширяване. Добавеният ефект върху стойността е негативен.

В допълнениечетири опции за разширение с падеж края на година 1-4 с идентични ударни цени и коефициенти на разширение са разгледани. Приета е ударна цена, Ke и тогава се генерира коефициент на разширение e%, който приема стойността на базовия сценарий £3668.

Анализът води до заключението, че компанията би трябвало да разшири своята инвестиционна възможност с 26%-30.5% на година, за да обоснове своята стойност.

Ако се приеме, че компанията може да прекрати само 75 % от проекта, без да го изостави напълно, получената стойност е £3702 млн. Промяната в стойността е незначителна, тъй като инвестиционните разходи, които ще бъдат спестени, са нищожни в сравнение с общата стойност на инвестиционната възможност. Накрая, ако е прието, че компанията може да изостави проекта само в началото на дадена година, стойността се увеличава до £3764 млн.

Заключение

Въпреки трудностите и неточностити подходът на реалните опции предоставя ценен поглед върху източниците на стойността при несигурност. Моделът е труден за калиброване. В допълнение, трудно е да се идентифицират точно опциите, по-точно техните ударни цени, коефициенти на разширение и свиване и време до изтичане. Тези трудности се срещат и при оценката с метода на дисконтираните парични потоци. Последният по никакъв начин не е по-точен от представения тук метод с реални опции. Единствената разлика е, че тези методи имат дълга история и в резултат техните най-добри практики и предположения са по-привлекателни и са по-лесни за разбиране.

Някои допускания като коефициентите на експанзия в опциите за разширение са по-важни от други. На срещуположния полюс, опциите са свиване или пълни изоставяне имат малък ефект върху стойността. В допълнение, оцецнката с реални опции зависи изцяло върху метода на ДПП и волатилността.

Моделът може да бъде подобрен по много начини. Например, може да се изменя волатилността. Но все пак това има своята цена, дървото става нерекомбиниращо се.

Вникването в модела и симулациите с него са много по-важни от получените стойности. Дори и да не може да

се достигне до дадена стойност, моделът помага при анализа на източниците на стойност и тяхната чувствителност към множество от параметри, които са от изключително значение за оценяването.

Въпреки тези трудности, моделът за оценка с реални активи е определено полезен път.

Реалните опции могат да бъдат моделирани в детайл като отделни проекта с дисконтиране на парични потоци. Изводите могат да бъдат направени от проучване на подобни сделки в сектора, а също така и подобни сделки на компанията в миналото.

Литература

Антикаров, В. и Копланд, Т. 2002. Реални опции.

Божинов, Н. 2002. Математика: втора част за УНСС.

Димитров, М. 2002. Теория на вероятностите.

Damodaran, A. 2002. Investment Valuation.

Gleick, J. 1987. Chaos - the amazing science of the unpredictable.

Herz, D. 1997. Risk analysis in capital investment.

Jacques, I. 1999. Mathematics for economics and business, 3rd edition.

Koller, T. 2005. Valuation - measuring and managing the value of companies. 4th edition.

Mandelbrot, B. 2004. The (Mis)Behavior of markets – a practical view of risk, ruin and reward.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

СУГЕСТОПЕДИЯТА КАТО СЪЧЕТАНИЕ ОТ ТРАДИЦИИ И ИНОВАЦИЯ В ОБУЧЕНИЕТО ПО ФИЗИКА

Юлия Илчева

Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски", 1700 София, julia_ilcheva@abv.bg

РЕЗЮМЕ. Сугестопедията е съчетание от медицина, психология и педагогика, и в същото време е оригинална система за обучение по всички учебни предмети. Тя е създадена на базата на теорията за сугестологията от проф. д-р Георги Лозанов. Разработената методика – „предлагане на идеи" - е одобрена от международна комисия на ЮНЕСКО още през 1978 година, оценена е като най-добра и е препоръчана за прилагане по всички предмети във всички страни. Посочени са дидактическите закони на обучението в контекста на сугестопедията, които отразяват обективните, вътрешните, съществените и относително устойчивите връзки на дидактическите явления и спомагат за научното управление на обучаващата дейност, за предвиждане на резултатите от едно или друго управленско решение, насочено към оптимизиране на съдържанието, формите, методите и средствата на обучението. Сугестопедията освобождава и стимулира не само паметта, а цялата личност – интересите, възприятията, интелектуалната активност, мотивацията и креативността. Тя дори смекчава агресивните тенденции в характера като оказва благоприятен психопрофилактичен ефект, изключващ излишното натоварване и стрес, типични за познатите традиционни методи на обучение. Разгледани са отличителните черти на сугестопедията като система на обучение, както и нейната интенция на приложимост във физиката.

SUGGESTOPEDIA AS A COMBINATION OF TRADITIONS AND INNOVATIONS IN THE TRAINING OF PHYSICS

Julia Ilcheva
University of Mining geology „St. Ivan Rilski", София 1700, Bulgaria, julia_ilcheva@abv.bg

ABSTRACT. Suggestopedia is a combination of medicine, phycology and pedagogics but it is on original system for education in all school subjects. It is established by the theory of suggestopedia by prof. d-r Georgi Lozanov. Future improvements are approved by the international commission of UNESCO in 1978 and it is evaluated as the best one and recommended for use in all school subjects in all countries. Didactic rues of training in the meaning of suggestopedia are pointed in this theory. They show different relations of didactics occurrences and help to the science management of the training, as well as a prediction of the consequences from one or another management decisions in way to optimize the resources, forms and methods of this training. Suggestopedia releases and stimulates not only the memory, but the whole person – his interests, perceptions, intellectual activeness, motivation and creativeness. It even decreases the aggressiveness in the behavior and has a favorable preventive effect without any stress as it known in our education. Distinctive traits of the suggestopedia as a system for education as well as its appearance in physics are analyzed.

Изучаването на традициите се явява необходим етап от целенасоченото изменение на действителността. Необходимо е да се изучава миналото, за да се придобият възможности за разбиране на настоящето и за управление на бъдещето. Традиционната дидактика предлага да се върви от простото към сложното, от конкретното към абстрактното, от известното към неизвестното, от фактите към обобщенията и т.н., за да се организира учебната дейност, която да обезпечи достъпността при изложение на учебен материал.

Традиционните образователни системи акцентират върху съдържанието, целите и усвояването на основни знания. Пренебрегват се нестандартните форми на учене, а в днешно време изключително важно е разбирането на образованието в неговата цялост. Ето защо образователните реформи и политика трябва да се ориентират в бъдеще както към съдържанието, така и към методите на преподаване.

"OMNE TUTI PUNCTUM, QUI MISCUIT UTILE DULCI"

"ВСЯКАКВО ОДОБРЕНИЕ ЗАСЛУЖАВА ТОЗИ, КОЙТО Е СЪЕДИНИЛ ПРИЯТНОТО С ПОЛЕЗНОТО"
Хораций

Сугестопедията е съчетание от медицина, психология, физиология, психотерапия, педагогика и дидактика, и в същото време е нова оригинална система за обучение по всички учебни предмети. Такъв синтез от различни науки позволява да се получат високи резултати от качествено нов подход не само към процеса на обучение, но и към личността на обучаемия. Сугестопедията е създадена на базата на теорията за сугестологията от проф. д-р Георги Лозанов. Разработената методика – **„предлагане на идеи"** - е одобрена от международна комисия на ЮНЕСКО още през 1978 година, оценена е като най-добра и е препоръчана за прилагане по всички предмети във всички страни. Авторът на сугестопедията я дефинира като наука за създаване на различни неманипулативни методи на обучение за всички възрасти на нивото на резервите –

потенциалните неизползувани възможности на мозъка/ума. Това означава: от три до пет пъти по-бързо, по-лесно и по-задълбочено обучение; вътрешна свобода; повишена мотивация за учене; радостно обучение и лечебен или профилактичен ефект. Ефективността и ползата от оригиналната методика са потвърдени от най-престижни национални и международни комисии и учени.

Сугестопедията започва като психологически експеримент за повишаване на паметовите възможности в учебния процес. Постепенно се превръща във водещ експериментален метод на сугестологията и успоредно с това – в ново за времето си педагогическо направление, което се определя като общокомуникативна система със специфични психологически, физиологически и дидактически особености, споени от общата специфика на сугестивното (внушението). Сугестивните влияния включват всичко онова, което невинаги може да се види или докосне, но затова пък винаги се чувства и усеща като неотменна характеристика на общуването, включително и в учебния процес. Ето защо е толкова трудно да се изрази еднозначно и категорично същността на сугестопедията – тя не само се основава на признаването на научната достоверност на „невидимите" сугестивни въздействия в обучението, но и експериментира при положението на системен подход в тяхната организация.

Като метод за въздействие върху човека сугестията се отличава с директност, автоматизация, бързина, точност и икономичност. Г.Лозанов описва директността като пряко въвеждане на информация във функционалните области на неосъзнатата или недостатъчно осъзнатата психична дейност. В този случай се изключва логичното обсъждане и прекодиране. Съзнанието само отбелязва крайни резултати или някои важни моменти. Съществена черта е бързата и внезапна автоматизация. Тя обхваща двигателните компоненти, психичната дейност и запомнянето на голям обем учебен материал. Внушението се отличава с бързата проява на сугестивни процеси. Авторът обяснява това явление като особеност на функционирането на механизма на сугестивните процеси, които се осъществяват както по съкратени формули, така и вследствие на директността и автоматизацията. Сугестивните реакции се отличават с голяма точност на възпроизвеждането, а с високата икономичност се обяснява фактът на свръхзапомнянето при отсъствието на каквато и да е умора, и даже при наличие на ефект на релаксация (Лозанов, 1973). Според Г. Лозанов сугестопедичната учебна система има следните характерни особености (differentia specifica): отварят се резервите на паметта, интелектуалната активност и въобще цялата личност на учащия се; обучението непременно се съпровожда с ефект на отдих или в крайна степен с отсъствие на умора; сугестопедичният урок винаги представлява приятно преживяване; сугестопедичното обучение оказва положително възпитателно въздействие, смекчава агресивните тенденции и помага за социалната адаптация на обучаваната личност (Лозанов, 1977). Разглеждайки сугестопедията като интензивни метод на обучение, авторът компилира следните негови особености: овладяване на голям обем учебен материал за кратко време; ежедневна концентрация на учебни часове; създаване на подходяща среда и атмосфера; активизация на резервните възможности на личността; повишено внимание към различни форми на комуникации (педагогическо общуване); постоянно поддържане на учебна мотивация (Лозанов, 1973). Според Велвовский положителните ефекти на сугестопедичния метод на обучение са: обезпечаване на интензификацията в усвояването на преподавания материал до предели, които са немислими при всички други известни методики в педагогическите процеси; този метод допуска съкращаване на времето на ежедневното обучение до четири часа; той освобождава от големи натоварвания; той не само не създава максимални нива на умора, а води до чувство на емоционален и физически комфорт; той има подчертан психолечебен ефект (Вельвовский, 1973).

В началото сугестопедичната обучаваща система е разглеждана и като психолого-педагогически проблем, и като нов учебен метод, и като обучаваща система, и като ново направление в световната педагогика. Но сугестопедията не е новост в педагогиката, Тя е преди всичко ново оптимално съчетание на отдавана известни традиционни компоненти на педагогиката, което води до така нареченото явление неадитивност, при което достигнатият резултат по своите свойства вече не се съотнася със свойствата на тези компоненти.

С годините сугестопедията се развива като акцентът в нейното тълкуване се измества от сугестията към десугестията. Това се налага и поради неразбирането и отрицателните оценки за сугестопедията от някои учени и изследователи, които й приписват неприсъщи характеристики и качества, като например връзка с клиничното състояние на хипноза, с обучение по време на сън или с използване на действието на различни психологически феномени. Д-р Лозанов изрично подчертава, че сугестопедията не е обучение чрез хипноза, не е и обучение в спящо състояние, нито пък резултатите й се дължат на използването на различни дихателни практики, релаксационни мускулни упражнения или автогенен тренинг. Сугестопедията е обучение, при което се търсят невредни за човека пътища за достигане до резервите на мозъка и ума. (Лозанов, 2005). Десугестопедията се определя като метод за освобождаване на резервите на личността чрез поставяне на акцент върху създаване на учебна среда, изчистена от предварителни влияния, ограничаващи вътрешната свобода на обучавания. Налице е засилване на комуникативната насоченост на учебния процес и не е случайност, че другото наименование на десугестопедията е **„комуникативен метод на скритите в нас резерви"**. Спецификата на този метод е трудна за изразяване в конкретни и видими с просто око параметри. Главната причина е, че и десугестопедията се занимава с невидимата цялост на човешката личност, невидимото единство между нейното емоционално състояние и интелектуалната й изява, но за разлика от сугестопедията в центъра на методическото й внимание се поставя не само релаксацията на личността, но и цялостната й емоционална настройка. Проф. Лозанов подчертава, че различните емоционални състояния провокират различни интелектуални качества: „За успеха на работата трябва не да търсим подходящи нива на релаксация, а подходящи варианти на личностна характеристика (Лозанов, 2005). Отправната позиция на десугестопедията е

преодоляването на предварителните антисугестивни въздействия и постигане върху тази основа на личностна характеристика на обучавания, отличаваща се с положителна емоционална нагласа и вътрешна комуникативна свобода. Това е пътят към интелектуалните изяви на обучаваните, при който се освобождават скритите във всеки един човек резерви на ума.

В специализираната литература се очертават четири етапа на сугестивното-десугестивно обучение:

1. Предварителен или донаучен етап – първично натрупване на знания и отделни практически опити с цел целенасочено използване на средствата на внушението в педагогическата работа.
2. Начален етап – (1936 г. – 60-те години на XX век) – изграждане на сугестопедагогиката.
3. Разширяващ етап – (1966 г. – 70-те години на XX век) – поставяне на теоретични и практически основи на релаксопедията и сугестопедията, и тяхното парарелно развитие.
4. Съвременен етап – (от 70-те години на XX век - настояще) – теоретични и експериментални разработки на релаксопедията и сугестопедията, на основата на които се появяват модифицирани интензивни методи на обучение като „емоционално-смислов метод“, „метод на активизация на резервните възможности на личността и колектива“, „сугестокибернетичен метод“, „система ГАОС“ и др. (Зимичев, 1986).

Според Г. Лозанов законите на сугестопедично-десугестивната концепция на учебния процес - conditio sine qua non са:

- Любов – условие за достигане до резервите на психиката – („*In omnibus caritas*”.- „*Във всички начинания – любов*“.- лат. сент.) – грижовна подкрепа на обучаващия, предложена внимателно на обучаваните; високо мотивираща концентративна релаксация и състояние, характеризиращо се с умствена релаксация и ненапрегната концентрация - спокойствие, вътрешна увереност и доверие („*Credula res amor est“. – „Любовта е склонна към доверчивост*“.- лат. сент.).

При тези условия на положителни емоции и творческата интелектуална дейност глобализираният учебен процес се отличават с липса на умора. Принципът на радост и концентративно спокойствие се прилага чрез система от дидактически игри и нагледните материали, които са стимулиращи по своя характер.

- Свобода – обучаващият упражнява своята лична преценка, взима решения, за да може да приспособи сугестопедичната система към личните особености на всяка група. Тя също позволява на учащите да изберат дали да вземат участие в някои дейности, които могат да не допадат на тяхното разположение.

Във всеки момент обучаваните са абсолютно свободни да излязат от стаята, стига да не пречат на работата на групата. Принципът на свободата е един от основните отличителни елементи на сугестопедията. Свободата дава възможност на учащия се да се вслуша във вътрешния си глас и да избере своя собствен път към резервите на психиката в различните моменти от процеса на обучение. Свободата не се диктува от обучаващия, тя е спонтанно чувство у учащия се. Това е усещане, че те не се подчиняват на една методика, а са свободни да се включват с желание като дават израз на своите личностни черти, т.е резервопедията не е натиск, а напротив, тя отваря вратата към личностна изява.

- Убеденост на преподавателя, че нещо необикновено се случва – състояние на увереност; десугестивна връзка на нивото на резервния комплекс - комуникативен процес на резонанс.

Обучаемите имат чувството, че те постигат всичко сами, а помощта на преподавателя е само една „протегната ръка на приятел“. Разбира се, това общуване е въпрос на обучение и практика. Учащите са способни да усвояват учебния материал многократно по-бързо и по-добре в сравнение с традиционните методики, което има благоприятен ефект върху тяхното здраве и възпитание. Обучаващият, който използва сугестопедия трябва да бъде добре запознат с резултатите от други съвременни методи, за да може да има правилна преценка. Очакванията на преподавателя се отнасят както към неговите/нейните собствени способности да активира резервите на учащите, така и към способностите на курсистите да учат на резервно ниво. Тези очаквания се усещат от обучаваните чрез периферните перцепции и подсъзнателните сигнали, които се излъчват от гласа, изражението на лицето и цялото несловесно поведение на учителя. Поради автентичността на тези сигнали и невъзможността те да бъдат изиграни от учителя, учащите ги възприемат без колебание. Това автоматично води до разкриване на резервите. Това е един взаимен процес, при който очакванията на преподавателя оказват влияние върху очакванията на учащите, те се мултиплицират, т.е. очакванията създават очаквания и това става естествено, спонтанно, без какъвто и да е било натиск.

- Многократно увеличен учебен материал - учебният материал, който се представя на учащите се за единица време трябва да бъде най-малко два до три пъти по-голям от обема на материал, представен според съществуващата норма от други традиционни методи.

Ако традиционната норма се промени с времето, след няколко години или поколения, сугестопедичният курс също ще трябва да се промени заради постоянния стимул на еволюцията. Като се има предвид, че голям брой национални и международни експертни комисии потвърждават, че методиката има психопрофилактичен, психохигиенен и възпитателен ефект, повече от ясно е, че не бива да се позволява на учебния материал да намалява. Ако в рамките на сугестопедията учебният материал се придържа към традиционните граници, това само ще фиксира и засили обществената сугестивна норма за ограничените възможности на човешкото същество. По този начин еволюцията ще се забави.

- Организиране на учебното съдържание и педагогическият процес на основата на взаимовръзките: Цяло – Част; Част – Цяло; Частта чрез Цялото **–** преподаването на нов материал по всички предмети не трябва да разделя елемента и цялото - всяко цяло е част от по- голямо цяло.

Тази концепция се основава на някои изследвания върху функционирането на мозъка, според които частите на мозъка съдържат информация за целия мозък. Може да се допълни, че според трите основи на сугестологията, човешкото същество реагира като цяло и възприема дразнителите в тяхната комплексност. Това е още едно

доказателство, че елементите не съществуват отделно, а винаги като част от цялото. От гледна точка на философията съществува великата теория, че цялото е в частта и частта е в цялото. Те са неделими. Няма изолирани части. Ето защо, при ученето елементите трябва да се учат заедно с цялото. Глобалното дава допълнителни нюанси на елемента. Атомът отразява законите на Вселената и Вселената е в Атома.

- Златната пропорция - законът за хармония във Вселената, на който всеки сугестопедичен процес трябва да се подчини.

Хармонията създава хармония и преодолява психичния хаос, често провокиран от традиционната педагогика. Хармонията е основен фактор в преподаването и усвояването на такъв голям учебен материал за кратък период от време. Връзките между частите и цялото са в златна пропорция в сугестопедичния процес на общуване. Способността за учене се подобрява, когато учебният процес умело открива правилния баланс между интонации, емоционални стимули и т.н.

- Приложение на Класическото Изкуство и Естетиката - ефективни медиатори на неманипулативната комуникативна сугестия поради тяхната способност да излъчват безброй неспецифични стимули, които подхранват изобилието от периферни перцепции, незабелижими за съзнанието.

Сугестопедичното изкуство създава условия за състояния на оптимална психорелаксация и хармония, които помагат да се създаде състояние на спонтанно повишена възприемчивост и да се стимулира способността да се разкрият психичните резерви в приятна атмосфера. То помага да се достигне до състояние на вдъхновение и да се отклони вниманието от „болното място", където има страх, свързан с ученето и оценяването. Класическото изкуство се въвежда чрез специално подбрани произведения на класическата музика, песни и арии, литературни произведения, репродукции на шедьоври на изобразителното изкуство и т.н.
(http://dr-lozanov.com/bg/7_zakona.htm).

Г. Лозанов формулира следните принципи на сугестопедията:

1. „Радост и отсъствие на напрежение" – следва да се разбира до степен на псевдопасивно поведение, а не псевдоактивност, която от една страна уморява, а от друга – не ускорява усвояването на нов материал. Важно е не външното поведение на учащия се, когато той е съсредоточен и концентриран, а неговата вътрешна настройка за учене, която произлиза от добре мотивирано положително отношение към конкретен учебен процес. Сугестативното въздействие се постига чрез използване както на вербални (думи, интонация), така и на невербални (мимики, жестове, обкръжаваща среда) средства. Въвеждането на нов материал се реализира на фона на подходяща тиха (препоръчва се класическа) музика, която се явява неголям страничен дразнител, при което качеството на възприятие на материала се увеличава. Широко известен е опитът на една от библиотеките в Лондон, в която е създадена пълна звукоизолация на местата за читатели, вследствие на което се установява, че в пълна тишина съсредоточената работа и усвояването на прочетеното е невъзможно. Доказано е, че чувството на радост в сугестопедичното обучение идва от възможността за преодоляване на трудности, от бързото и лесно усвояване на голям по обем учебен материал. В един от началните варианти на сугестопедията се предвижда постепенно прерастване на сугестопедичното обучение в самостоятелна работа на обучаемите с консултации от страна на преподавателя.

2. „Единство на осъзнатото-неосъзнатото" – организирано цялостно участие на личността както в нейните осъзнати, така и в неосъзнати функции. Поведението на учащия се може да се оприличи като състояние на човек, намиращ се на музикален концерт, когато в него възникват сложни вътрешни процеси – променят се настроения, възникват асоциации, избликват идеи и т.н. Ритъмът се явява обща отличителна черта за сугестопедичното обучение и музиката. Установено е, че ритмична пауза в края на текст предизвиква ефект на „психологическа многозначителност", който поддържа у обучаемите състояние на очакване на нова информация. Активизацията в процеса на обучение на неосъзнатите форми на активност се реализира на фона на висока активност на съзнанието, което получава информацията, обработва я, съхранява я и ръководи нейното приложение. Удачно е използването на различни форми на игрово обучение, при които участващият, в ролята на условен персонаж, може да изрази своето истинско отношение към учебния процес.

3. „Сугестативна взаимовръзка преподавател-учащи се" – насочва учебния процес към активизиране на резервите на личността. Този принцип изисква непрекъсната информация за резултатите на обучението (Лозанов, 1977)

Тези принципи трябва да се намират в неделимо единство и във всеки момент от учебния процес да се осъществяват едновременно. Взаимообусловеността между тях се проявява в така наречения от Ю. Бабанский *принцип за оптималност,* на основата на който се избират методи, средства и форми на организация на учебния процес и се създават необходими учебно-материални, социално-психологически, естетически и други условия за неговото функциониране. Функционирането на изброените принципи се осъществява чрез три групи средства: психологически, дидактически и артистични, както и чрез методи за тяхното реализиране. „Психологическите средства координират периферните възприятия и емоционалните стимули, които са насочени към използване на мотивационния комплекс, системата от настройки, потребностите и въобще за активизацията на личността" (Лозанов, 1977). Неспичифичната психична отзивчивост на обучаемия създава специална обстановка на занятието, която според Р. Грановска се характеризира с: а) тържественост; б) авторитет на преподавателя и доверие към него; в) успех на колеги по група; г) удобно разполагане на обучаемите. Т. Смирнова отбелязва, че „ефективността на обучението зависи от груповото сътрудничество, реализирано само в условията на максимална доброжелателност и тактичност (Смирнова, 1989). Препоръчва се и разполагане на обучаемите в полукръг за осигуряване на възможност за визуален контакт на всички, както и няколко източника на светлина, с които преподавателят да регулира степента на осветеност. Не по-маловажни са и изолацията от странични звуци, и удобството на стола. Наличието на авторитет на преподавателя е задължително условие за успешното

прилагане на сугестопедията, без него е невъзможно внушението. „Там където има доверие, не винаги са необходими доказателства. Вярата на учащите се в знанията и педагогическото майсторство способстват да се увеличи капацитетът на тяхната увереност в усвояването на учебния материал, което оказва благоприятно влияние на общото повишаване на тяхната умствена работоспособност и познавателна дейност" (Грановская, 1988). „Авторитетът създава очакване и по-висока информационна стойност на сугестивното въздействие" (Лозанов, 1973). При това трябва да се отбележи, че надстройката трябва да се изгражда върху основата на стимулиращ авторитет, а не върху угнетяващ и ограничаващ. Р. Розентал, позоваващ се на изследванията по сугестопедия, проведени в Oak-School в Ню Йорк, статистически доказва, че колкото е по-високо мнението на преподавателя за способностите на учащите се, толкова по-добре те усвояват материала (Розентал, 1968). „Дидактическите средства изискват смислено обучение на кодовете и окрупняване на методическите единици" (Лозанов, 1977). „Учебният материал се представя не само детайлизирано, но и в глобални обобщени единици посредством синтетични картини, схеми, планове – за едновременно логическо и емоционално възприемане и усвояване" (Грановская, 1988). „Всяко упражнение трябва да обхване цялостната смислова единица" (Лозанов, 1977). Следователно е необходимо използването на теории за обобщение и структуриране на учебния материал. Артистичните средства предполагат подготовка на преподавателя и подготовка на формата на обучение, за която трябва да бъде „по специален начин организирана „концертна пасивност", създаваща условия, близки до художественото преживяване" (Грановская, 1988). Използването на музика при сугестопедията е предмет на специални изследвания, които са проведени под ръководството на Д. Леман. Изводите са: „Както показва опитът, особено подходяща е инструменталната музика от XVIII век, особено струнната. Препоръчва се използването на бавни инструментални пасажи" (Леман, 1973). Доколкото основен канал на възприятие при сугестопедията е аудиоканалът, то голямо внимание трябва да се отдели на постановката на гласа, интонационните умения, жестовете, движението и ритмиката. И. Зазюн, който отделя голямо внимание на театралната педагогика и сугестопедията, синтезира няколко метода за привличане на вниманието на аудитория и като крайни той определя така наречените пасивни и агресивни. „Пасивният метод – педагогът фокусира вниманието на аудиторията върху своята личност. С последователно, логически стройно мислене, с умерена чувственост се обединява вниманието на аудиторията в единен възел на педагогическото въздействие. Агресивният метод е пълна противоположност на пасивния. Затова по този път вървят силните, умните и експресивни педагози. Техните чувства, воля и излъчване се освобождават чрез интелект от мощни потоци и моментално приковават вниманието на аудиторията. С натрупването на увереност педагогът, като че ли хипнотизира своите слушатели" (Зазюн, 1987). Зазюн заключава, че „педагогическият процес изисква своеобразна „магия" на педагогическо въздействие".

Необходими условия за сугестията са интересът, потребността, мотивираността и увереността на обучаемите в овладяването на един или друг учебен материал. Потребността и условията за нейното удовлетворяване създават готовност и благоприятна предразположеност на личността към една или друга дейност. Средствата на сугестопедичния метод могат да се разделят на две групи – преки и косвени. Средствата на прякото внушение са техника на такова въздействие, когато един човек съобщава на друг в императивна форма определени идеи, които трябва да бъдат приети безпрекословно и реализирани. Същността на косвените внушения се състои в това, че то се постига индиректно чрез шеги, съвети, аналогии, одобрения, похвали, критика и други педагогически похвати. При косвеното внушение в гласа се усеща топлина и преобладава мекият тон. Ако педагогът иронизира, то сериозността на тона понякога, на принципа на контраста, предизвиква именно тази реакция, на която той разчита (Денисова, 1995). Релаксацията (от латински relaxatio – намаляване на напрежението, отпускане) като градивен елемент на сугестопедичния метод заема едно от важните места. Същността на явлението релаксация се състои в това, че то като че ли изключва съзнанието от другите дразнители и то самото създава благоприятни условия за възприятията и трайно запомняне на внушаемата информация. Съчетанието на концентрацията с психическата релаксация се явява пример за диалектиката в психологията: от една страна концентрацията на вниманието като психическо спокойствие, а от друга – концентрация на вниманието като възможностите на паметта, съпроводени с разкриване на резервите на психиката на обучаемия. Състоянието на концентрирана психорелаксация самопроизволно възниква у учащия се, паралелно със създадени съответстващи външни условия. Принципът за сугестативната взаимовръзка на ниво резервен комплекс означава, че учебният процес винаги трябва да протича на ниво неизползвани вътрешни резерви на обучаемия. В такъв случай нивото на сугестативната взаимовръзка определя степента за разкриването им. Според Г. Лозанов в процеса на обучението не съществува необходимост от специална автогенна тренировка. Необходимо е само да се установи спокойно отношение и доверие към предполагаемата сугестивна програма, както това се случва на концерт. Тогава в слушателите възниква пасивно поведение, те не правят интелектуални усилия за възприемането и запомнянето на материала и се отдават на неговото спокойно и интуитивно възприемане. Подходящи в случая са думите на А. Айнщайн: „Аз никога не се старая да обучавам своите студенти. Аз просто създавам среда, в която те могат да се обучават сами". Многобройните експерименти, проведени под ръководството на Г. Лозанов в София и в Москва, достатъчно убедително доказват, че релаксация действително се получава в учебния процес, и че тя оказва положително влияние на усвояването на учебен материал (Китайгородская и Леонтьев, 1981). Постигане на състояние на релаксация с помощта на специална тренировка е разработено от редица педагози и психолози. Интерес представлява изследването, проведено в Перм под ръководството на И. Шварц, което представя разработена специална методика на автотренинг, която в организационно-методическо отношение включва три етапа: декодиране, запомняне (свръхзапомняне) на материала и творческо упражнение (ролеви игри) (Рабинович и Сахарова, 1991).

Когато се говори за „хуманитарна физика“, това означава физика, която е необходима на всеки учащ се, независимо от бъдещата му професия. Хуманитарната физика има непосредствено отношение към художествената литература, историята, фолклорът (пословици, поговорки, приказки, анекдоти и загадки), живописта, театралното изкуство и музиката. Обучението по физика дава възможност на учащите се да усвояват научните знания не в готов вид, а в процеса на търсене на истини, които по мнението на Б. Паскал трябва да се усвояват непременно с хармония на разум и сърце. Във физиката често се казва: „Красиво, изящно решение или доказателство!“, разбирайки в тези думи „обикновено решение“, в основата на което стои висша целенасоченост и хармония. То има за цел да развива у обучаемите художествено мислене, творческо въображение, зрителна памет и пространствена представа. Обосноваването на нови знания, направено от преподавател-авторитет, е важен елемент в обучението. Отсъствието или неубедителното обосноваване на новите знания поражда елементи на догматичен стил на мислене. Могат да се разграничат четири начина за обосноваване на физични идеи в преподаването на физика: експериментален, математически, логически и исторически. Последният се използва в тези случаи, когато другите са неприемливи, например в разкриването на идеята за съществуването на полето или изучаването на изходните постулати на теорията на относителността. Историческият метод за обосноваване на фундаментални физични идеи се реализира във формата на исторически обзор за развитие на възгледите по изучавания проблем, а този обзор се осъществява от преподавателя чрез вълнуваща лекция или разказ. Учебната информация с исторически характер не трябва непременно да се запомня, за да не се претоварва паметта, а да води до определен стил на мислене за научното познание и методите на физични изследвания. Разглеждането на историческото развитие на възгледите позволява ненатрапчиво и естествено да се запознават обучаемите с диалектиката на процеса на познанието за формиране на научен мироглед. Важна задача в преподаването на физика се явява задачата за съхраняване на интереса на обучаваните към предмета, която отчасти може да бъде решена чрез представяне на нейната история и естествено съотнасяне към сугесто-десугестопедията. Интересът към ученето значително нараства, ако преподавателят обстоятелствено и ефектно разкрива практическата значимост на темата като я свързва с актуалните проблеми на съвременността. Значителни възможности за събуждане на интерес са заложени в разнообразни педагогически средства и форми на обучението. Мощно средство за стимулиране на познавателния интерес е учебно-познавателната игра, която се препоръчва от сугестопедията. Едновременно с формирането на интерес трябва да се формира и воля, и дълг, и чувство за отговорност. При това трябва да се помни, че не нотация, наставление и заплаха са причина за действителните мотиви за учене, а истинската убеденост и яснота на аргумента. Целите, които се поставят, трябва да са: ориентирани към максималните възможности на обучаемия и да предизвикват висока активност; да са принципно достижими; да са осъзнати от учащите се; да са конкретни и да отчитат реални учебни възможности в зоната на близко и по-далечно развитие; да са пластични, за да се променят с изменение на условията с възможност за постигането им. В условията на лавинообразно нарастване на научната информация е целесъобразно да се структурира материала не на малки порции, а на големи блокове, за да може в началото обучаемият да усвои някакъв общ образ на съдържанието, а после конкретно да разгледа неговите съставни части, или както Г. Лозанов подчертава още - „тъй като частите на мозъка съдържат информация за целия мозък, човешкото същество реагира като цяло и възприема дразнителите в тяхната комплексност“. Няма да е пресилено да се каже, че принципите, които формулира Г. Лозанов за своя метод на обучение, са всъщност принципи върху които се основава всяко добре организирано обучение по „хуманитарна физика“.

Литература

Вельвовский, И. 1973. *Болгарский метод суггестопедии как метод психогигиенопедии — вклад в психогигиену умственного труда и педагогику* // Материалы 1-го Междунар. симпозиума по проблемам суггестологии. С., изд. „Наука и изкуство”, 92-96.

Грановская, Р. 1988. *Элементы практической психологии*. Л., ЛГУ, 501 с., 499 с.

Денисова, Л. 1995. *Место интенсивной методики в системе обучения иностранному языку в средней школе*. Иностранные языки в школе № 4, 9 с.

Зимичев, А. 1986. *Проектирование автоматизированных педагогических систем.* Сб. мат-лов Международной научной конференции. Ч. 1. Проектирование процесса обучения.Прага, изд. „Дидакта”, 140-142.

Зязюн, И. 1987. *Взаимосвязь школьной и театральной педагогики в решении проблемы мастерства учителя* // Основы педагогического мастерства. Киев, „Висша школа”, 89-90.

Китайгородская, Г. и А. Леонтьев. 1981. *Содержание и границы понятия интенсивное обучение.* В сб.: “ „Методика и психоллогия интенсивного обучения иностранным языкам”. изд. „АПН СССР”, М., 34 с.

Леман, Д. 1973. *О роли музыки в суггестопедии.* Материалы 1-го Междунар. симпозиума по проблемам суггестологии. С., изд. „Наука и изкуство”, 226 с.

Лозанов, Г. 1977. *Сущность, история и экспериментальные перспективы суггесто-педической системы при обучении иностранным языкам.* Методы интенсивного обучения иностранным языкам. Вып. 3, М., МГПИИЯ, 7-16, 10-11.

Лозанов, Г. 1973. *Основы суггестологии*. кн. „Проблеми на суггестологията”. С., 17 с., 65-66.

Лозанов, Г. 2005. *Сугестопедия-десугестивно обучение*. С., изд. „Св. Климент Охридски”, 10-11.

Рабинович, Ф. и Т. Сахарова. 1991. *Интенсивные методы обучения и средная школа.* Иностранные языки в школе № 1, 9 с.

Петров, П. 1994. *Дидактика.* С., изд. „Веда словена-ЖГ“, 123 -124.

Смирнова, Т. 1989. Смирнова Т.Н. *Интенсивный курс немецкого языка.* М., изд. „Высш. шк”., 149 с.

Rosenthal, R. 1968. *Pigmalion in the classroom*. N.Y., 23 p.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

РОЛЯТА НА ФИРМАТА В ОБУЧЕНИЕТО НА РАБОТНОТО МЯСТО

Юлия Илчева[1], Мина Вълкова[2], Християна Стоянова[3]

[1] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", София 1700, България, julia_ilcheva@abv.bg
[2] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", София 1700, България, mina.valkova@gmail.com
[3] Национална търговско-банкова гимназия, София 1408, България, hr_stoyanova@abv.bg

РЕЗЮМЕ. През последните години се наблюдава световна тенденция за засилване на стратегическите позиции на фирмите в контекста на ефективно управление на човешките ресурси. Ефективността на една организация се определя от знанията, уменията и компетенциите на нейния персонал, селектиран съобразно параметрите на модела на работните места. Основен фактор, осигуряващ нейната конкурентоспособност се явява обучението на този персонал. Обучението е синтез от емпирични данни, отразяващи действителността и общоприет като форма на мислене и познание. Парадигмата на стабилността на знанията е междудисциплинарност, комплексност и постоянно развиващ се образователен процес, насочен към интелектуализацията на личността. Професионалното обучение е анализирано както от гледна точка на дидактиката, така и като основна функция на управление на фирмения персонал. Посочени са концепции за обучение на квалифицирани кадри. Разгледан е алгоритъм за определяне на ефективността на инвестиции в обучението. Категоризирани са видовете обучение чрез описателни характеристики. Програма за обучение на работното място е представена чрез отделни етапи. Коментирана е нейната връзка с качеството на труда в рамките на фирмената култура.

THE ROLE OF THE COMPANY IN THE TRAINING IN THE WORKPLACE

Julia Ilcheva[1], Mina Valkova[2], Hristiyana Stoyanova[3]

[1] University of Mining geology "St. Ivan Rilski", Sofia 1700, Bulgaria, julia_ilcheva@abv.bg
[2] University of Mining geology "St. Ivan Rilski", Sofia 1700, Bulgaria, mina.valkova@gmail.com
[3] National Trade and Banking High School, Sofia 1408, Bulgaria, hr_stoyanova@abv.bg

ABSTRACT. In recent years we can see a common tendency of empowering the strategic positions of the companies in way to do an effective manage of human resources. The effectiveness of a company is formed by knowledge, abilities and the competency of its staff, selected in relation to the model of work places. The main factor, which provides its competitiveness, is the training of this staff. Training is formed by empiric data which show the reality and it is known as a way of thinking and cognition. The paradigm of stability of knowledge are splice, complexity and constantly evolving educational process directed to the person's intellect. The professional education is analyzed first in the meaning of didactics and second as a main function of the management of the company's staff. There are different approaches of training of qualified staff. It is paid attention to an algorithm for determination the effectiveness of investments in this training. Different trainings are categorized by detailed features. A program of training is introduced by different levels. Its relation to the quality of work in the frame of the company's behavior is analyzed.

През последните години се наблюдава световна тенденция за засилване на стратегическите позиции на фирмите в контекста на ефективно управление на човешките ресурси. В условията на пазарната икономика качеството на крайния резултат от производството, възможностите за неговата реализация, приходите от продажбите, конкурентоспособността на фирмата и продължаващата икономическа криза все по-тясно се обвързват с качеството на труда, което се определя от качеството на работната сила. Опитът показва, че инвестиране в развитието на кадри носи на фирмата по-голяма печалба (бърза и висока възвръщаемост), отколкото инвестициите за усъвършенстване на производствени мощности, т.е. човешкият ресурс може да се определи като ключов и базов фактор за ефективността, доминиращ над всички останали ресурси, които притежава фирмата.

„Цялото изкуство на управлението се състои в това, да не се даде на кадрите да остареят на своите длъжности".
Наполеон Бонапарт

Според П. Симонов управлението е „изкуство да се знае точно какво предстои да се направи и как да се направи това най-добре и най-резултатно" (Йорданов, 1972). Ефективността на една организация (организация – „съвкупност от средства и хора с определено разпределение на отговорности, пълномощия и взаимовръзки") се определя от знанията, уменията и компетенциите на нейния персонал, селектиран съобразно параметрите на модела на работните места. Основен фактор, осигуряващ нейната конкурентоспособност се явява обучението на този персонал.

Организацията на професионално обучение е една от основните функции на управление на фирмения персонал, а неговият бюджет – най-голям след разхода за заплати. IBM, Motorola, General Motors са пример за ежегодно изразходване на милиарди долари за професионалното развитие и обучение на своите сътрудници и имат създадени, за тази цел, собствени постоянно действащи университети и институти. Този вид обучение е не по-малко важен и за фирмите с малък бизнес – техните успехи днес и за в бъдеще, също така, зависят от способностите на сътрудниците им да усвояват и използват на работното си място нови знания и умения. В съответствие с неотложните нужди на организацията и перспективата за развитие на персонала обучението представлява комплексен, многостранен процес за подготовка на сътрудниците за изпълняване на нови производствени функции, заемане на нови длъжности и решаване на иновационни задачи. В качеството на обучаващи процедури се използват най-разнообразни мероприятия за професионално развитие на персонала: семинари по стратегически мениджмънт за ръководството на фирмата; обучение в бизнес училища на перспективни младежи; изучаване на чужди езици от сътрудниците на отдела по маркетинг; ротация на сътрудници и мениджъри и др. Създават се специални системи за управления на професионалното развитие – управление на професионалното обучение, подготовка на ръководители и развитие на кариерата. В големите организации съществуват специални отдели за професионално развитие, начело на които стоят ръководители с ранг на директори или вицепрезиденти, за да се подчертае тяхната голяма експлицитност за бизнес стратегията.

В специализираната литература съществуват три концепции за обучението на квалифицирани кадри:
1. Концепция за специализирано обучение;
2. Концепция за многопрофилно обучение;
3. Концепция за обучение, ориентирана към личността.

Разделянето на концепциите за обучение може да бъде направено и съгласно признака - разходи за обучение. Разходите могат да бъдат преки (заплащане на преподаватели, поддържане на учебна база, набавяне на литература, разработване на учебни помагала и др.) и косвени (пропуснати приходи на фирмата за времето на обучение, пропуснати ползи от по-ниска производителност на квалифицираните работници, които са заети с обучаването на новопостъпилите и др.). Първата концепция, съгласно този признак, се основава на тезата, че човешките ресурси – фактор на разходите – са пряко свързани с процеса на производство на продукта. Стойността на човешките ресурси е равна на резултата от влиянието на производителността върху функционалното им поведение. Повишаване на квалификацията (придобиване на общи технически, технологически, организационни, управленски и други умения и качества) или в общия случай – задълбочаване на знанието, компетентността и мобилността, се изискват, за да се подобри производителността, а чрез нея се характеризират и разходите, пряко свързани с текущата издръжка на производствения продукт. Този вид обучение, провеждано от фирмата, се нарича общо обучение (General on-the-job training) От гледна точка на оценка на ефективността на обучението, последното се съизмерва с ръста на производителността на труда и пускането на готова продукция, т.е. измерват се практически само близките резултати. Собственик на инвестициите на фирмата-работодател става самият работник, а той от своя страна може да ги предостави на други фирми, т.е. появява се риск за фирмата от загуба на инвестиции. Конкурентният характер на търсенето на работна сила, съвместно с широкия обхват на приложимост на общото обучение, води до невъзможност фирмата да възвърне своите инвестиции. Поради тази причина фирмата не инвестира в General on-the-job training, а предоставя тази възможност на своя служител. Той от своя страна заплаща за общото си обучение, съгласявайки се да работи по време на обучаването на по-ниска заплата, защото след повишаване на кфалификацията си ще може да изисква от своя работодател по-висока такава. Втората концепция разглежда човешките ресурси като активи на фирмата, като капиталови вложения. Според нея стойността или полезността на човешките ресурси може да се увеличи (в резултат на обучение и придобиване на опит) или намали с времето и има способността да се амортизира по същия начин като дългосрочна инвестиция. Поддръжниците на тази концепция прекарват паралел между стойността на човешките ресурси и капиталните разходи, вълтъени в сгради, оборудване и др. Разходите за обучение се разглеждат не като издръжка, а като инвестиция, осигуряваща бъдещето на фирмата и нейният продължителен ръст. От тази позиция, ако се уволни работник или се установи наличие на текучество на кадри, възниква загуба от вложените в този ресурс капитали. От друга страна, поддържането на стабилен кадрови персонал намалява риска от дългосрочни инвестиции в производственото обучение, което в рамките на разглежданата концепция се нарича специализирано обучение (Specialized training). Специализираното обучение създава двустранна зависимост между служителя и фирмата-работодател. Според Джуран „инвестициите за качеството са тези, които не биха се направили, ако работата се върши винаги без пропуски“ (Лазаров, 2001) или изгодна е тази инвестиция в обучението, която генерира приходи поне толкова, колкото ако то не е проведено.

Различните видове обучения не бива да се разглеждат изолирани едно от друго. Целенасоченото обучение на квалифицирани кадри предполага тясна връзка и координация между тях. Формите на обучение могат да бъдат класифицирани по следния начин, отчитайки многообразието, създадено от практиката и промяната на условията: мястото на провеждане - външнофирмено, вътрешнофирмено и комбинирано обучение; обхват и окрупненост–поточно-лекционни, хетерогенногрупови, хомогенногрупови и междуиндивидуални; време на провеждане – с намален обем от време, стандартно време, удвоени форми, утроени и т.н.; ориентация и предназначение – неспецифични (за възприемане и разбиране на нови знания; за систематизация, обобщаване и затвърждаване на знанията; за приложение и трансфер на знания; за създаване на проблемно-изследователски опит; за практическа подготовка и усъвършенстване; за измерване и индикация на постижения; с комбинирана и варираща ориентация и

насоченост и за формиране на елементарни умения и навици) и специфични (за консолидиране на знания и умения; за допълване на пропуски в знанията и уменията; за обучение в креативност; за обогатяване (надстрояване) и разширяване на знанията и уменията; за пропедевтика (предварителна подготовка) и реактуализация на знания и умения; за реконструкция и модификация на опита; за себеизява и самоактуализация в условия на конкуренция и доказване на претенции; за създаване и развитие на делово-предметно поведение и умения за управленски контрол и за социално-психологически тренинг и норми за социално съжителство; дидактическа интеракция (т.е. по отношение на учене с още някой). Изборът на конкретни форми на организацията на обучение за подготовката на работниците се предоставя на самите фирми, които могат да създадат учебни центрове за тази цел или да сключат договори за обучение с професионално-технически учебни заведения и учебни центрове.

Вътрешнофирменото обучение се предпочита от много фирми от гледна точка на възможностите: да обучават значителен брой служители; да се приспособи съдържанието и сроковете на обучение към потребностите на фирмата; да се навлезе в работата веднага в процеса на нейното изпълнение; да се прекъсва обучението във връзка с производствена необходимост; да се използва собствено оборудване и научно-техническа база, т.е. по-малки разходи; да се свърже обучението с определена практика; да се запазят вътрешнофирмени тайни и др. Този метод има и следните ограничения: липса на източници за развитие на системата вътре във фирмата; неспособност да се генерират и насърчават нови продукти без интелектуални вливания отвън; получаване на рутина на сътрудниците, извършващи обучението, вследствие на използването на едни и същи учебни модели; ограничен кръг от лица, които могат да се обучават посредством вътрешните ресурси, по-ниското качество на продукцията по време на обучаващия период. За да се оцени ефективността на програмата за обучение на работното място, средният работодател в промишлено развитите страни харчи около 4% от бюджета, отделен за обучение и развитие на персонала. Полезен може да бъде анализът на статистиката, включващ сътрудниците, преминали обучение през изминалата година, частта от разходите за обучение от общата величина на разходите за персонала и частта от разходите за персонал от общата величина на доходите.

Програмата за обучение на работното място (On-the-Job) включва следните етапи:

1. Определяне на потребностите на обучаемите

Необходимостта за обучение на различните категории персонал се определя както от изискванията на работата и интересите на фирмата, така и от индивидуалните особености на всеки. По този начин се реализира хуманистичният подход, който изисква съобразяване на учебната програма с очакванията, нагласите и интересите на потребителите. Факторите, които оказват влияние върху необходимостта за обучение са: възрастта, професионалният опит, нивото на способности, трудовата мотивация и др. Целесъобразно е задължението за обучение на служителите да бъде уточнено в длъжностни характеристики, трудови договори и споразумения.

Методите за определяне на потребностите в обучението и развитието на работното място са: Оценка на информацията за работник, намиращ се в кадровата служба; Периодична оценка на работните резултати (атестация, SWOT-анализ, чек листове и др.); Анализ на дългосрочни и краткосрочни планове на фирмата и на отделните подразделения; Наблюдение на работата на персонала; Анализ на източниците на проблеми, пречещи на ефективната работа; Изучаване на проблем – причина за отсъствие на необходимите знания и умения; Събиране и анализ на заявки за обучение на персонала; Структурни предложения на работниците; Организация на работата с кадровия резерв и работа по планиране на кариерата; Идентифициране на факторите, оказващи влияние на работата на персонала; Идентифициране на факторите, оказващи влияние на работата на персонала; Повторна диагностика и подобрение.

Мениджърите, както повечето хора, имат различен отговор на въпроса „Защо хората имат едно или друго поведение?“. Отговорът е свързан с вижданията за човешката природа. Популярни са две крайни становища, формулирани от М. Грегър като „Теория Х“ и „Теория У“ (Лазаров, 2001). „Теория Х“ се основава на разбирането, че средният човек е пасивен и не обича да се труди. Той има нужда от повече управление чрез прилагане на контрол, убеждаване, награди или наказания. „Теория У“ приема, че човекът е гладен за знания, отговорен и продуктивен. Неговият капацитет за обучение е голям и способностите му остават неизползвани. Тази постановка, приемана като социална, се илюстрира с изследванията на Елтън Мейо в заводите „Уестърн илектрик“ още през 1924-1927г., в които се показва, че производителността се увеличава при предоставяне на работниците на автономия и възможност за самоуправление и самоконтрол. Целта на цялото човешко поведение е свързана със задоволяване на някаква нужда. Нуждите са многобройни, разнообразни и сложни. Мотивациите за тяхното задоволяване също са различни. Това обяснява защо различните хора реагират различно в дадена ситуация. Разликата в поведението частично се обяснява с разликата в индивидуалните нужди и мотивация. Съществуват многобройни теории за мотивацията (йерархията на потребностите на Маслоу, теория на очакването на Брум), но нито една от тях не може да се приеме за универсална. От гледна точка на управление на мотивацията във фирмата М. Грегър отбелязва, че поведението на работника е резултат от отношението на мениджъра към него. „Към работника се отнасяйте с респект, запазвайки неговото достойнство. Ако вие го третирате като глупава заменяема машина, не се изненадвайте, че той ще реагира по нежелан начин“. Независимо от тези препоръки, сравнението между най-големи производители на автомобили в САЩ и Япония, показва, че американските фирми работят с по-твърди правила, ограничаващи автономията и личната преценка на работника. За разлика от тях, японските мениджъри следват управление, по-близко до теорията У – с по-малко правила и ограничения. Основна задача на мениджмънта е да създаде система от мотивации, която да премахне пречките, които спират естествения инстинкт за изява. За

целта се използват инструменти и техники като заплащане за добро представяне, гъвкаво награждаване и работно време, както и възможност за самоуправление. Структурирането на работата като подход към мотивацията е свързано с *идеята за качеството на живота на работното място*. Практическата реализация на тази идея включва: смяна (възможност за разнообразяване на работата и придобиване на по-висока квалификация), разширяване (възможност за промяна в организацията и съдържанието на работата) и обогатяване на работните задължения (възможност за индивида да израства на работното си място, свързана с автономността, отговорността и правото за вземане на самостоятелни решения). Ефективността на посочените средства се мултиплицира от степента, в която за изпълнителя доминират потребностите от по-високите нива по скалата на Маслоу.

2. **Определяне на целите на обучението**

Тезата за бинарен подход към целите на обучение води до обособяването на:

Цели на обучение от гледна точка на фирмата: Да се организира и гъвкаво формира персонал; Да насочва вниманието главно върху качеството на служителите, а не върху тяхната производителност; Да се осигури възпроизводството на персонал и взаимозаменяемост на сътрудниците на различни работни места; Да се координира интеграцията на персонал; Да се подготви кадрови резерв; Да се формират навици за прилагане на принципи, мотивиращи организацията на труд в посока на повишаване на неговото качество; Да се внедряват нови технологии; Да се включат ръководителите като инструктори, които дават съвет и действат, за да предадат нови знания или решения на проблеми, както и сигурност и самочувствие на сътрудниците; Да се стимулират иновационните процеси и др.;

Цели на обучение от гледна точка на служителя: Да поддържа усвоено ниво и да повишава професионалната си квалификация; Да придобива професионални знания извън сферата на професионалната си квалификация; Да „мисли фирмено"; Да поема отговорност; Да взема самостоятелни решения; Да влага своите идеи и сам да контролира резултата от своята работа; Да развива своя потенциал; Да бъде конкурентноспособен и да има по-голям шанс за успешна кариера; Да работи при по-добри условия на труд, здравословна среда и сигурност на работното място; Да получи възможност за възвръщаемост на инвестицията с допълнителни изгоди, както и по-високо възнаграждение и доходи.

3. Разработване на критерии за оценка

Оценката на ефективността на обучението може да бъде проведена съобразно следните критерии: Желание да се узнае в какво състояние се намират сътрудниците след обучението - изменило ли се е тяхното отношение към работата, появило ли се е желание за инициатива и поемане на отговорност; Стремеж да се оцени дълбочината на усвоените знания, умения и компетенции; Желание на ръководителя да разбере възвръщаеми ли са неговите инвестиции за обучение, което предполага анализ на промяната в поведението на сътрудниците на работното място; Икономическият резултат, който е получила организацията, провеждайки серия от обучения и семинари. Всеки от тези критерии може да стане самостоятелен за провеждане на оценка на обучението, но по-ефективен е подходът, който ги разглежда комплексно. От икономическа гледна точка критерии могат да бъдат: определяне на оптималния размер на разходите за обучение в общия размер на разходите за производство; вземане на решение за иновационни форми и методи на обучение; сравняване на различни варианти на технологии и инструментална база за обучение; сравняване на икономическата ефективност на обучението с икономическата ефективност на други възможности за влагане на средства във фирмата, осигуряващи съпоставима ефективност за функциониране на основното производство.

4. Определяне на методите за обучение

Методите на обучение са едни от най-важните, най-динамичните и най-променливите елементи, върху които оказват влияние както най-разнообразни външни фактори, така и непрекъснатото преустройство на обучението като цяло.

Методите за обучения на работното място са: Демонстрация - разкрива или показва как се изпълнява определена дейност, която се извършва се от непосредствен ръководител или сътрудник; Производствен инструктаж - информация, въвеждане в специалността, адаптация, запознаване на обучаемия с неговата нова работна обстановка, разясняване и демонстрация на техниките на работа. Дейностите се извършват от опитни сът.рудници. Методът е непродължителен и е насочен към изучаване на някаква конкретна операция или процедура, влизаща в кръга на отговорност на обучаемия. Инструктажът е икономичен по отношение на средства и е ефективен за простите видове дейности. Широко се използва на всички нива на съвременната организация (Когорова, 2007); Смяна на работното място (ротация) - последователна работа със сътрудниците на различни длъжности както в своето, така и в други подразделения с цел получаване на нови умения. Ротацията се прилага тогава, когато е необходима многостранна квалификация на сътрудниците, „универсален" поглед върху проблемите на организацията. В допълнение към обучаващия ефект, ротацията има положително въздействие върху персонала, т.е. помага за преодоляване на стреса, предизвикан от еднообразните производствени функции и разширява социалните контакти. Този метод има и недостатък - високи разходи, свързани с временното снижаване на производителността поради размяната на длъжностите на сътрудниците.; Използване на работници в качеството на асистенти - запознаване на служителите с проблемите на сложни и качествено различни задачи като в същото време те поемат върху себе си определено количество отговорност; Подготовка на проектни групи - разработване на обемни ограничени във времето задачи на базата на сътрудничество; Наставничество (менторство, уъркшоп) - предаване на знания и умения от опитен и компетентен сътрудник на по-малко опитен и компетентен в процеса на тяхното общуване. В неговите рамки ръководителите или опитните сътрудници обучават

новите, включват ги в процеса на приемане на решения. Методът е широко разпространен там, където практическият опит играе изключителна роля в подготовката на специалисти. Стажантите могат да заемат длъжност и да работят самостоятелно. Тяхното стажантство се състои в това да получат съвет от по-опитен човек, постоянно наблюдаващ тяхното професионално развитие. Методът отнема време, изисква взаимно доверие, специална подготовка и характер на наставника, което практически е невъзможно да стане с указание отгоре (Когорова , 2007); Buddying (от англ. buddy, приятел) - разновидност на наставничеството (Европа, САЩ). Акцентира преди всичко върху поддръжката, помощта, ръководството и защитата на един човек от друг. Този метод се основава на взаимната и честна обратна връзка, както и на подкрепата за изпълнение на целите, задачите (лични и фирмени) и усвояването на нови навици; Shadowing (от англ., shadow - сянка) - този метод предполага, че към сътрудника се прикрепва „сянка", която може да бъде випусник на университета, мечтаещ да работи в тази компания или човек, който вече е работил в тази компания и иска да смени отдела или да заеме някаква друга длъжност. Работодалят го прави „сянка" за броени дни, за да види ще съхрани ли мотивацията този човек. Изследване в САЩ показва, че след shadowing 50% от хората се отказват от своите мечти. Фирмите широко използват този метод, за да могат да съкратят разходите за подбор на персонал, както и заради постоянна замяна на хора, които си тръгват заради това, че очакванията им не са се оправдали. В западните фирми хората често сами проявяват инициативата към тях да бъде прикрепена „сянка", т.к. това ги мотивира и организира, позволява им да почувстват своя авторитет и да демонстрират професионализма си; Работа в екип - създава условия всеки от сътрудниците да повиши ранга на работата (броят на задачите, които той изпълнява) и дълбочината на работа (свободата на действия, която има при изпълнение на задачите). Тези възможности не винаги се приемат еднозначно, но въпреки това е факт, че работниците по-добре разбират и извършват своите задължения и се повишава тяхната отговорност и самостоятелност. Заедно с намаляване на монотонността в работата методът се явява и стимул за висока мотивация. Ударението се поставя върху сътрудничеството, създава се доверие и възможност за свободна размяна на идеи, знания и информация. Създава се благоприятен работен климат и еднопосочност на усилията; Дистанционно обучение - програмите за дистанционно обучение са адаптирани за всякакво ниво на подготовка на обучаемия. Това обучение е подготвено от опитни преподаватели, използващи най-съвременна актуална информация, опита на други организации и аудио и видео учебни пособия. Обучаемият може да се обучава и извън работното си време като сам определя скоростта на обучението; Самообучение - в основата е самоуправлението, което стимулира участниците сами да организират своите работни приоритети така, че те да съвпадат с целите на организацията. Ролята на ръководителя в самоуправляващата се организация е да развива уменията за самоконтрол на сътрудниците си, т.е. тяхната способност да управляват собствената си дейност и позиция в кратки и по-дълги срокове. Някои от прийомите за стимулиране на самообучението са задаване на индивидуални цели, индивидуална оценка, индивидуално подкрепяне, индивидуална организация на работата и др.

Съвременните методи на обучение – наставничеството и неговите разновидности – са детерминирани от дадена дидактическа ситуация, която включва редица елементи от предметното битие на процеса на обучение. Наставничеството (менторството) е насочено към взаимен обмен на жизнен и практически опит, поддържане и развитие на сътрудника с цел неговият кариерен или жизнен ръст, а понякога се използва и за постигане на стратегически бизнес цели, при което съдържанието му може да бъде много по-широко. Чрез този метод се предават умения и челен опит в развитието на персонала на организацията в постоянно усложняващия се високотехнологичен свят. Наставничеството е икономически изгодно, тъй като разходите за създаване и поддържане на ефективна система за този вид обучение са много по-малки, отколкото за традиционните методи. Освен това, опитът предаван от наставника на стажанта може да бъде уникален. На свой ред наставникът също извлича полза от процедурата на наставничество чрез механизма на обратната връзка. Наставничеството действа благоприятно и върху морално-психологическия климат в организацията. Създадената в колектива атмосфера на поддръжка на новоприетите на работа сътрудници подпомага тяхната адаптация към работните места. Наставниците реализират своята потребност от съпричастност към дейността на компанията. Различават се индивидуална форма на наставничество (един наставник–един обучаем) и групова форма (един наставник–много обучаеми). Процедури на наставничество могат да се организират с новоназначени работници или със сътрудници, които вече работят в организацията за повишаване на квалификацията. С цел подобряване на системата за наставничество във фирмите се приемат различни методи за стимулиране на наставниците. Наставничеството може да бъде организирано формално в съответствие с разработения от организацията „Правилник за наставничеството", а може и да премине неформално като стане естествена част от нейната организационна култура. Правилникът за наставничество обикновено включва следните въпроси: цели и задачи на наставничеството в организацията, - списък на длъжностите и професиите, които обхваща системата за наставничество (мениджъри по продажбата, работни ключови позиции и др.); форми на наставничество (възможното количество на обучаемите; степента на регламентация на занятията, срещите, беседите; използването на електронна поща, телефон и др.); изисквания към наставника (стаж, образование, откритост, доброжелателност и способност да обучава); отговорности на наставника; стимулиране на наставника (метод за стимулиране, размер на доплащане или премия); отговорности на обучаемия; резултати от наставничеството (проверка на знанията, издаване на сертификат, развитие на кариерата на сътрудника). (Дуракова, И., Б. Родин и О. Талынов., 2005 и Кибанов, А. 2005). Баддингът като разновидност на наставничеството е насочен към поддръжка на новоприетия в организацията работник. Ако коучингът е насочен към развитието на сътрудника, то основната задача на баддинга е неговата поддръжка. Като правило за ролята на бадди се определя не непосредственият ръководител на новия сътрудник, а

сътрудник от същото ниво, колега от същия или съседен отдел, вече имащ определен стаж в компанията. Понякога баддингът постепенно прераства в наставничество или коучинг. Терминът „коучинг" е въведен в бизнес мениджмънта в началото на 90-те години от английския бизнесмен и консултант сър Джон Уитмор. В превод означава „наставлява, подготвя, тренира". Но понятието „коучинг" включва в себе си нещо повече и съществено. Възникнало е на кръстопътя на психологията, мениджмънта, философията, логиката и жизнения опит, в резултат на което е насочено към постигане на цели в различни области на живота. Професионалният коучинг се разглежда в контекста на ефективното сътрудничество между участниците. Към днешния ден той е най-ефективният метод за работа с хора, който се внедрява в мениджмънта за повишаване на резултативността на бизнеса, мотивацията на персонала и развитието на лидерски качества. Основна му задача е не да научи някого на нещо, а да стимулира самообучението, за да може в процеса на дейност човек сам да намира и получава необходимите знания и умения. Същността му се състои в разкриване на скрития вътрешен потенциал и привеждане в действие на система от мотивации на всеки отделно взет човек. На ръководител, стремящ се да създаде високоефективна и развиваща се компания, коучингът дава възможност за: създаване на мотивираща и обединяваща линия на поведение, която стимулира висока инициативност на сътрудника; ефективно използване на потенциала на работниците; повишаване на производителността на труда, и като следствие - нарастване на конкурентоспособността; искрено осъзнаване от работниците на това, че целите на компанията са и техни лични цели.

5. Оценка – сравняване на резултатите от обучението с критериите

Според Бурменко ефективността на обучението на работното място може да бъде оценена по пътя на наблюдение на поведението на сътрудника, а също и въз основа на анализ на резултатите от работата (подобряване на качеството на работата, намаляване на оплакванията на клиентите, съкращаване на сроковете за изпълнение и т.н.), т.е. мониторинг на обучението с възможност за коригиране. Ефективно е анкетирането и груповото интервю, провеждани в организацията и позволяващи да се оцени качеството на програмата по следните показатели: практическа полезност на курса, приемливост на методите, професионално ниво на обучаващия, ниво на организация на занятията и обща оценка" (Бурменко, 2007).

Ефективността на процеса на обучение е възможно най-близкото съответствие между протичане и резултат. Тя безспорно влияе на качеството на труда. Терминологията, свързана с качеството, е претърпяла значително развитие в съответствие с променящите се изисквания и подходи. Качеството е дефинирано като „степента, до която съвкупност от присъщи характеристики изпълнява потребност или очакване, което е формулирано, обикновено се подразбира или е задължително" (БДС EN ISO 9000:2000). В някои източници качеството се определя като „пригодност за употреба" или „съответствие на целта", или „задоволяване на потребителя", или „съответствие с изискванията". В икономическата литература съществуват и различни формулировки за така нареченото „качество на труд". За подобряване качеството на труда и производителността Деминг предлага програма от 14 точки (Лазаров, 2001). Интерес представлява неговият нов поглед към качеството на труда – „Качеството на труда не е само МОГА, а по-скоро качеството на труда е МОГА и ИСКАМ". Понякога качеството на труда се отъждествява с качеството на работната сила, а то от своя страна – с личностните характеристики като знания, умения, опит и компетенции, които се усвояват в процеса на обучение. Политиката по качеството на труда и ефективното обучение на служителите в една организация определят приоритетните насоки за нейното управление в условията на пазарна икономика, съобразена със структурни промени, промени в обществото и промени в технологиите. „Тотално управление на качеството" (Total Quality Management–TQM) днес е една от много успешните управленски концепции на редица водещи фирми. Философията на TQM може да се обобщи в три алтерации - всеки е загрижен за качеството на собствения си труд; всеки се включва в процеса на вземане на решение и подобрение и търсенето на перфектност никога не свършва. В рамките на фирмената култура изключително систематично и последователно се прилагат методи с интенция към качеството. Мотото на успяващите е ***„TQM започва с обучение и завършва с обучение".***

Литература

Бурменко, Т. 2007. *Сфера услуг: менеджмент*. М., КНОРУС, 212 с.

Гюрова, В. и др. 2006. *Прюключението учебен процес*. С., 84 с.

Дуракова, И., Б. Родин и О. Талынов. 2005. *Теория управления персоналом: традиционные и новые подходы к планированию, обучению персонала и формированию кадровых служб.* Воронеж, 103 с.

Йорданов, Д. 1972. *Управление на учебния процес*. С., 11 с.

Кибанов, А. 2005. *Основы управления персоналом*. М., ИНФРА-М, 304 с.

Когорова, М. 2007. *Кадровый менеджмент*. Ростов н/Д, Феникс, 253-254., 254 с.

Кондаков, Н. 1975. Логический словарь. М., 348 с.

Лазаров, И. 2001. *Мениджмънт на качеството*. С., 37 с., 61 с.

БДС EN ISO 9000:2000. *Системи за управление на качеството. Основни положения и речник*.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

TEACHING ENGLISH AT THE BULGARIAN TECHNICAL UNIVERSITIES

Yuliya Kostadinova

University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski" - Sofia, Branch of Kardzhali, 6600 Kardzhali, julka_22@abv.bg

ABSTRACT. One of the major problems of professionals is communicating effectively in English both at the written and oral levels. With globalisation and the ever-increasing international exchanges, the amazing gap between the professional competencies and the required matching communication competencies has been highlighted. This is most evident in the field of science and technology. This paper is an attempt at making an overview of methods of teaching English at the Bulgarian technical universities with special attention to mastering the terminology in the specific technical field. The overview is based on a study of the teaching practice at three major technical universities in Sofia. Textbooks specially written for the students of those universities are discussed in terms of the methodology followed in structuring the teaching units. A conclusion is drawn that an eclectic, i.e. notional-functional approach is generally applied but the terminological and conversational practice tasks are quite insufficient. Recommendations are made for increasing the proportion of the terminological component in English for Science and Technology courses for Bulgarian students and developing their communication skills.

ПРЕПОДАВАНЕ НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК В БЪЛГАРСКИТЕ ТЕХНИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТИ

Юлия Костадинова
Филиал - Кърджали на Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски" – София, 6600 Кърджали, julka_22@abv.bg

РЕЗЮМЕ. Един от основните проблеми на професионалистите е ефективната комуникация на английски език както писмено така и говоримо. С глобализацията и постоянно нарастващия международен обмен става все по-ясна пролуката между професионалните умения и съответно необходимите комуникативни умения. Това проличава най-добре в областта на науката и технологията. Този доклад е опит да се направи преглед на методите на преподаване на английски език в техническо висше учебно заведение, като се обръща специално внимание на усвояването на терминологията в дадена техническа област. Прегледът се базира на изследване на преподавателската практика в три водещи технически университета в София. Разгледани са учебници, специално написани за студенти от тези университети, от гледна точка на методологията следвана при структурирането на уроците. Направен е изводът, че като цяло е приложен един еклектичен, т.е. понятийно-функционален подход, но практическите задачи, свързани с терминологията и говоримия английски са сравнително недостатъчни . Направени са предложения за увеличаване делът на терминологичната част в обучението по специализиран английски за българските студенти в технически вузове и развиване на техните комуникационни умения.

Introduction

Technical university graduates require an ever-increasing range of skills to maintain relevance with the global environment of the new millennium. Communication skills are a vital component of this, recognised by academia and industry alike. English language skills are also important given its widespread status across the globe as a *lingua franca*. Communication skills are essential for an engineer/geologist/architect who aspires to carry out his/her professional practice in the global arena. Evidence indicates that communication skills are what helped *Homo sapiens* evolve beyond our related ancestors, and that these skills have helped humankind develop into the advanced societies on Earth today. However, these skills have become stifled in the very disciplines that have brought so much advancement such as engineering, geology and architecture. There is ample evidence that technical university graduates lack the required standard of communication skills, particularly when compared to the needs of industry internationally.

Globalisation directly influences industry's needs; a global engineer, for example, must be able to easily cross national and cultural boundaries. This in turn directly affects engineering education. A common code for communication is required. There is a clear necessity for effective English communication skills for technical university students in the current globalised environment. A course in English for Specific Purposes (ESP) will enhance English language training and the communication skills of those graduates. The concept of ESP achieves more in the education of technical university students by focusing the learners' attention on the particular terminology and communication skills required in the respective professional field.

The ability to use real, appropriate language to communicate with colleagues of the same profession is the primary goal of specialised language teaching. In this respect, the design of a notional-functional, i.e. an eclectic curriculum has proved to contribute to the achieving the aforementioned goal. In the article "A terminology-based approach to ESP teaching" (Alexiev, 2004) has been studied the development of the notional-functional approach to ESP teaching. This approach is a combination of function-based methods of teaching where students are introduced to the communicative functions of the special discourse (e.g. describing shapes, structure, etc.) and notion-based methods of teaching where students are taught to comprehend the conceptual structure of a scientific/technical

text (e.g. a text which relates a material with its properties). In the notional-functional model, a "notion" is a particular context in which people communicate. A "function" is a specific purpose for a speaker in a given context. In a notional-functional syllabus, instruction is not organized in terms of grammatical structure but instead in terms of "notions" and "functions".

The *aim* of this paper is to make an overview of methods of teaching English at Bulgarian technical universities. The overview is based on a study of the teaching practice at three major technical universities in Sofia. Textbooks specially written for the students of those universities are discussed in terms of the methodology followed in structuring the teaching units. A conclusion is drawn that an eclectic, i.e. notional-functional approach is generally applied but the terminological and conversational practice tasks are quite insufficient. Recommendations are made for increasing the proportion of the terminological component in ESP courses for Bulgarian technical university students.

Content and structure of the three textbooks

The first textbook (Alexiev, 1985) is designed for first and second year students in the fields of mining and geology. It consists of two parts. The first part is provided for students of different subjects in the first two semesters. This part contains sixteen units. The first introductory unit comprises a short review of English phonetics and grammar with exercises. A wordlist is given at the beginning of that unit. The other fifteen units are elaborated on the basis of authentic specialized texts from the fields of geology, mining and mining mechanization, electrification and automation. Each unit is subdivided into three sections: 1. Reading comprehension (tasks on a thematic text); 2.Use of language (tasks on the communicative functions contained in the text); 3.Translation (term-definition and term-translation matching tasks). There is a short grammar review at the end of this part and an English-Bulgarian vocabulary. The second part is provided for specialized training in the respective faculty. It contains 24 authentic specialized texts. Eight texts are devoted to each of the three degree courses: Geology, Mining and Mechanization, Electrification and Automation of Mine Production. There is an English-Bulgarian technical vocabulary at the end of the second part which contains the terms from both parts.

The second textbook (Alexiev et al, 2011) is designed for students of the five degree courses offered at the University of Architecture, Civil Engineering and Geodesy. It contains sixteen units: one introductory and fifteen thematic ones, three units intended for each of the five degree courses offered at that university. Each unit consists of nine sections. 1. *Starter* (general questions on a certain topic); *2.Reading comprehension* (comprehension tasks on a thematic text); *3.Terminology* (term-definition and term-translation matching tasks); *4.Use of Language* (tasks on the communicative functions contained in the text); *5.Viewing activity* (gap filling while video watching); *6.Grammar; 7.Situational English* (communicative situation tasks); *8.Translation* (assisted and non-assisted); *9. Writing* (summarizing and essay writing). The sections *Grammar* and *Situational English* are meant for students of lower English proficiency level but they also develop the professional communication skills.

The third textbook (Alexieva, 2012) is a course designed specifically for students in the fields of mechanical engineering and mechatronics. The course consists of twelve units. Each one provides practice in the skills of understanding and interpreting scientific and technical texts in a special domain using the language in everyday and professional situations and summarizing written text. The sections in the unit are as follows: 1.Reading Comprehension tasks (two types: general questions on the text and true/false questions); 2.Terminology section including a term-definition matching task; 3. Use of Language section offering activities for revealing specific communicative functions of scientific discourse; 4. Grammar section revising basic grammatical structures with special reference to constructions typical of scientific writing; 5.Situation section providing opportunities to practice the use of English in both everyday and professional settings; 6. Writing section centering on the skill of text summarizing.

The teaching material in these syllabuses is designed to introduce students to the discourse structure of a particular genre in scientific English. The conclusion made on the basis of this review is that in the three textbooks an eclectic, i.e. notional-functional approach is generally applied but the terminological and conversational practice tasks are quite insufficient. It is recommended that the number and variety of terminology and communication related tasks should be increased in view of their relevance for comprehending and communicating in specialized English.

Recommendations for increasing the terminological component

The proportion of the terminological component could be increased by adding terminological tasks involving terminological collocations, translation of terminological phraseology, etc.

1. Terminological collocations

A collocation is an expression consisting of two or more words that correspond to some conventional way of saying things. They are an important part in any ESP course and play an essential role in understanding and producing specialized text. Especially the terminological verb collocations have a high frequency of occurrence and interesting tasks with those collocations, e.g. ‘the odd-one out” and gap-filling could be suggested.

2. Translation of terminological phraseology

Translation of phraseological units and their stylistic properties has been in the focus of research interest for several decades.Translation of phraseological terms is a new area of research both in the theory of phraseology and translation studies. It calls for comprehension of the basic tenets of phraseology including understanding figurative meaning of phraseological units as a categorial feature. Essentially, it also calls for metaphorical competence and recognition of phraseological units. On the other hand, translation requires understanding of cognitive linguistic processes in the formation of figurative terminology. Thus, translation of phraseological terms stands on the fringe of phraseology, terminology and cognitive linguistics.

The issue of translation of phraseological terms is even more topical in the new millennium, with novel terms, many of them

metaphorical, springing up in all spheres of human activity. The simple fact is that metaphors abound in science. They are borrowed globally across languages and cultures together with new theory and they all need to be translated as they concern the latest developments in all domains. Translation and interpreting practice reveals a variety of approaches in dealing with phraseological terms, each indicating a different understanding of the relationship between the metaphorical concept and the term:

• Metaphorical loan translation – this means that the theory is borrowed together with the metaphorical term;
• Replacement by another metaphor;
• Demetaphorisation of the term – nonmetaphorical translation;
• Variants: two or several translations functioning at the same time;
• Replacement by a definition;
• Placing in inverted commas;
• A translation void, that is, the term remains untranslated
• Long delay - this means that no official translation has been offered for several years (Naciscione, 2011)

Recommendations for developing communication skills

A review of literature indicates that oral communication has been identified as a *learnable skill* (Polack-Wahl, 2002). Furthermore, communication skills development has been demonstrated through the use of various methods such as:

1. Presentations
Group projects and presentations encourage and enhance the interpersonal skills of students and should be emphasised early in the education curricula.

2. Peer Review
Peer assessment has been shown to provide many advantages such as getting students to think about the exercise more deeply, recognising others' viewpoints and learning to express constructive criticism to peers.

3. Role-play
As knowledge of communication theory does not necessarily parallel skills in practice, it is important to immerse students in similar work environments. Context-specific enactments, or role-play, can focus the students' attention on the differing types of communication required with various groups in potential future work situations.
It is important to utilise pseudo environments to simulate meetings with clients/developers/peers/etc. as this will also allow students to interact with different levels of technical intensity, as well as engage in non-technical communications.

4. Technology
Current technology should be utilised or at least demonstrated to the students so that they be aware of what is in use beyond the university walls. Instructors in communications need to review and update methods due to the rapid advances in communications technology.

5. Active Involvement of the Learner
Engaging learners will help facilitate and stimulate effective and purposeful learning. Involving the learners directly, in particular, will engender a stronger sense of responsibility in the future graduates that they can take beyond the university and into the work arena. This is especially important in engaging learners of English for Specific Purposes since it involves new vocabulary.

6. The Fun Factor in Education
There is not much fun but rather a great deal of stress in training future engineers, geologists, architects, etc. However, communication games improve students' fluency in the target language and enable them to develop their spontaneity and creativity. Communication games help teachers teach the target language in a meaningful manner and the use of that language in a proper context (Riemer, 2002).

Conclusion

Courses in ESP, in particular, English for Science and Technology, play an important role in the career advancement of millions of technical university graduates all over the world. It is an inevitable tool for those who aim at establishing wide contacts in the global village and climbing up the ladder of success. It is the responsibility of ESP lecturers to teach the special language effectively. That type of discourse can be taught and learnt in an effective manner through various communicative activities. What is important is that ESP teachers should be ready to evaluate their teaching and get feedback from their students. If they do not achieve the result aimed at, they should be ready to change their teaching methodology and techniques. A certain amount of openness in the ESP practitioner can really do wonders. They should ask themselves how to make specialized English language teaching and learning more enjoyable and how to enhance students' learning and maximize their productivity.

References

Alexiev, B., 1985. *English for Students of Mining and Geology*, MPE, Sofia

Alexiev, B., 2004. A terminology-based approach to ESP teaching. *BETA-IATEFL 13th National Conference.* May 15-16, Varna, Bulgaria

Alexiev B., et al. 2011. *English in Architecture, Civil Engineering and Geodesy*, KAMEA DESIGN, Sofia

Alexieva E., *English in Mechanical Engineering and Mechatronics*, AVANGARD PRIMA, Sofia, 2012

Naciscione, A., 2011. *A Cognitive Approach to Translating Phraseological Terms*, University of Białystok Publishing House: 269-290

Polack-Wahl J.A., It is time to stand up and communicate. *Proc. 30th ASEE/IEEE Frontiers in Educ. Conf.*, Kansas City, USA, F1G-16-F1G-21 (2000)

Riemer, M.J., 2002. English and communication skills for the global engineer, *Global J. of Engng. Educ.,* Vol.6, No.1

Acknowledgement

This work has been funded by Bulgarian Science Fund – contracts under regulation No.9, contract FK-012/2013

I wish to express my gratitude to Prof. Dr. Alexiev who was abundantly helpful and offered invaluable assistance, support and guidance.

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА УЧЕБНИЯ ПРОЦЕС ПО ФИЗИЧЕСКО ВЪЗПИТАНИЕ И СПОРТ ВЪВ ВИСШИТЕ УЧИЛИЩА

Ваня Цолова[1], Йордан Иванов[2]

[1] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, vania_tzolova@abv.bg
[2] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София, ivanov.jordan@abv.bg

РЕЗЮМЕ. Наред с множеството управленски проблеми съпътстващи университетското физическо възпитание и спорт все по-значим през последните години е проблемът за повишаване на ефективността на учебния процес по предмета.Ето защо днес има голяма необходимост от провеждането на целенасочени изследвания, които да диференцират различните резерви в тази посока и да създадат възможности за вземането на ефективни, стратегически и оперативни решения.
В тази връзка през учебната 2011/12 г. проведохме SWOT-анализ с преподаватели и експерти-специализанти, чиято цел бе да се установят силните и слабите страни на висшите училища по отношение управлението на учебния процес по физическо възпитание, и на тази база да се разкрият възможности за усъвършенстването му. Извършеният анализ подкрепихме с мненията на студенти по спортен мениджмънт от НСА „В. Левски".
Резултатите от изследването се явяват конкретни възможности за усъвършенстване не само на процеса по физическо възпитание със студентите, но и на тяхната цялостна спортна активност, като неотменна социална потребност.

IMPROVEMENT OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORT STUDING PROCESS IN UNIVERSITIES

Vania Tzolova[1], Jordan Ivanov[2]
[1] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, vania_tzolova@abv.bg
[2] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia, ivanov.jordan@abv.bg

ABSTRACT. Along with the large number of management problemsassociated with university physical education and sport, in recent years increasingly important issue is increasing the effectiveness of study process. Therefore today there is a great need of conducting targeted research to differentiate the various reserves in this regard and create possibilities taking effective, strategic and operational solutions.
In this connection during school year 2012/2013 SWOT – analysis was conducted by tutors and expert professionals in order to indentify universities strengths and weaknesses regarding the management of physical education study process and on this basis to be revealed possibilities for its improvement. The analysis is supported by the opinion of students majoring in "Sports Management", NSA "Vasil Levski".
Analysis results are a specific opportunities to improve not only students physical education, but also their overall sport activity as an integral social necessity.

Наред с множеството управленски проблеми съпътстващи физическото възпитание и спорта във висшите училища все по-значим през последните години е и проблемът за повишаване на ефективността на учебния процес по предмета.Ето защо днес има голяма необходимост от провеждането на целенасочени изследвания, които да диференцират различните резерви в тази посока и да създадат възможности за вземането на ефективни, стратегически и оперативни решения. В тази връзка през учебната 2011/12 г. проведохме SWOT-анализ с преподаватели и експерти-специализанти, чиято цел бе да се установят силните и слабите страни на висшите училища по отношение управлението на учебния процес по физическо възпитание и на тази база да се разкрият възможности за усъвършенстването му. Извършеният анализ подкрепихме с мненията на студенти по спортен мениджмънт от НСА „В. Левски".

Същността на SWOT-анализа е свързана с оценка и анализ на ситуацията и позициите, в които се намира дадена структура (субект) и се прогнозира развитието й в перспектива. Методът има комплексен характер, тъй като се оценяват силните и слабите страни на съответния субект и се разкриват възможностите за усъвършенстване на дейността му. Това става чрез оценка и анализ на силните (S-strengths) и слабите страни (W-weaknesses), на възможностите (O-opportunities) и заплахите (T-treats) от обкръжаващата страна пред него (в конкретния случай пред българските висши училища), като се разкрива подходяща стратегия за постигане на формулираните цели. Чрез метода се планират и развиват в стратегически план действия за увеличаване на силните страни на висшето училище по пътя на възползване от благоприятните възможности на външната среда и се ограничат максимално слабостите, включително породени и от външната среда.

Подложени на SWOT-анализ бяха мненията на 48 експерти, от които 32 преподаватели по спорт във висши учебни заведения от МГУ „Св. Ив. Рилски", УНСС (София) и ХТМУ (София), както и 12 специализанти в ЦСДК при НСА „В. Левски" за придобиване на професионална

квалификация „Учител по физическо възпитание", които обаче притежават и друга педагогическа квалификация. Целта на анализа бе да се установят силните и слабите страни на висшите училища по отношение управлението на учебния процес по физическо възпитание, както и възможностите, и заплахите от обкръжаващата среда пред тях в тази посока.

Изследването проведохме през месец май на учебната 2011/12 г. На всеки от експертите бе предоставена подготвената матрица (таблица) със съответното указание към нея. Изследваните имаха възможност в рамките на няколко дни (3-4 дни) да помислят обосновано върху своите отговори и да ги изложат в кратка и съдържателна форма.

За по-голяма прегледност и полза получените резултати обобщихме в таблица 1. На тази база изведохме съответни заключения относно стратегическите цели и преспективи (мерки) за усъвършенстване на учебния процес по физическо възпитание и спорт в българските висши училища.

Резултатите от SWOT-анализа подкрепихме с мненията на студенти-специалисти по спортен мениджмънт в НСА „В. Левски", с които извършихме беседа по въпросите свързани с проблемите на университетското физическо възпитание. В беседата участваха 17 студенти от IV курс, на които, като елемент от мениджърската практика, бе поставена задачата да се запознаят по-подробно със структурата и проблематиката на процеса по физическо възпитание в трите висши училища – обект на изследването. Изразените мнения от студентите напълно потвърждават значителната част от направените заключения в резултат на SWOT-анализа. Категорично изразена от тях също бе необходимостта от усъвършенстване на учебните програми по ФВ в българските висши училища, както и на структурата и методиката на провеждане на уроците в различните форми на учебния процес по предмета. Това, споделят изследваните, би съдействало в значителна степен за повишаване ефективността на учебния процес в три конкретни направления (компоненти на учебния процес) – образователна, градивна и възпитателна. Съществува сериозна необходимост в тази посока, подчертават също, участниците в беседата, и от включването на теоретични (лекционни) уроци в цялостния процес по физическо възпитание, което би повишило активността и мотивацията на студентите за участие в него върху основата на получените от тях по-богати знания за спорта като средство за здраве, психо-физическа годност и социална изява.

В заключение можем да обобщим, че проведените изследвания дават възможност ясно да се посочат основните проблеми пред българските ВУ и кокретно пред катедрените ръководства за подобряване ефективността на процеса по физическо възпитание. Решаването на тези проблеми (съобразено с въздействията на външната среда) се явяват конкретни възможности за усъвършенстване не само на процеса по физическо възпитание със студентите, но и на тяхната цялостна спортна активност, като значима и неотменна социална потребност. Основните резервите в тази посока са посочени в табл. 1 (IV квадрант). Както се вижда те могат да бъдат обособени в девет направления – възможности за развитие.

ЛИТЕРАТУРА

Цолова, В., Й. Иванов. *Физическото възпитание във висшите училища като подсистема и управленски процес.* Сб. доклади на ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий", 2011 г.

Цолова, В. *Проблемът за усъвършенстване на учебния процес по физическо възпитание във висшите училища през призмата на образователната му компонента.* - "Спорт и наука", бр.2/2011.

Цолова, В., Й. Иванов. *Състояние на физическото възпитание и спорта във висшите училища в Република България*. -"Спорт и наука", 2011 г.

Цолова, В., Ек. Тошева. *По проблема за социалните функции на физическото възпитание в образователната система.* Сб. доклади от научна конференция Варна, септември 2011 г.

Цолова, В. *Модел за усъвършенстване на учебния процес по физическо възпитание във висшите училища.* – Автореферат на дисертационен труд, 2013 г.

Таблица 1.
Обобщени резултати от проведения SWOT-анализ

	СЛАБИ СТРАНИ	СИЛНИ СТРАНИ	
СЛАБИ СТРАНИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ВИСШИ УЧИЛИЩА	**II квадрант (ситуации):** 1. *Учебните програми по ФВ в редица училища и прилаганата методика не предоставят възможности за реализиране целите на учебната дисциплина. Сериозни пропуски в тази посока има по отношение развитието на двигателната активност на студентите и най-вече при формиране на трайни знания и навици у тях за системно спортуване, вкл. и в свободното време.* 2. *Слаба активност и незаинтересованост от академичните ръководства на ВУ относно развитието на предмета „Физическо възпитание и спорт" и подценяването му като второстепенна дисциплина. Това намира отражение и разминаването на хорариума от часове по ФВ с изискванията на Закона за физическо възпитание, т.е 120 ч. вместо регламентираните 240 ч. за ОКС „Бакалавър".* 3. *Слаба активност от катедрите по „ФВ и спорт" за отчитане нивото на спортни интереси и потребности от студентите и на тази основа обосноваване на предложения до академичните ръководства за промяна (увеличаване) на хорариума от задължителни часове по ФВ.* 4. *Прилагането на остаряла методика (вкл. подходи на обучение) от преподавателите по ФВ, която не води до необходимите ефекти – реализиране на целите и задачите на ФВ като учебен предмет и особено относно неговата образователна функция.* 5. *Липсата в някои ВУ на специализирани звена (университетски СК и секции), които да развиват спортната активност на студентите извън задължителните часове по ФВ.* 6. *В редица училища спортната база е остаряла и амортизирана, като за нея не се полагат необходимите грижи за реконструкцията й. В т.ч. отсъства подход в тези ВУ за намиране на съответни механизми (публично-частно партньордство, проектно участие и финансиране и пр.) за осъвременяването й, които би оказало положително въздействие върху цялостния процес по ФВ и спорт в съответните училища.* 7. *Като цяло липса на механизми за финасово осигуряване на спортно-образователния процес по ФВ и спортуването на студентите в свободното им време.* 8. *ВУ не разполагат със съвременни софтуерни продукти, медицински технологии, специализирана спортна литература и пр., което понижава значително ефективността на учебния процес по ФВ от една страна, а от друга силно ограничава неговите образователните, градивни и оздравителни функции.* 9. *Липса, като цяло, на познавателни елементи (образователната компонента) в учебния процес по ФВ и отсъствие на двустраннна връзка „преподавател – студент", в т.ч. и отсъствието на оценка по предмета в някои ВУ сериозно принизяват академичния дух на преподаването, а от там и ефективността на учебния процес.* 10. *В редица ВУ няма ясно регламентирани и действащи форми на провеждане на учебния процес по ФВ със студентите освободени от практически*	**I квадрант (ситуации):** 1. *Нарастващите спортни потребности на студентите през последните години, които се явяват предпоставка и стимул ВУ да създават все по-добри условия (кадрови, организационни, материално-технически и др.) за задоволяване на тези потребности, както в рамките на учебния процес по ФВ, така и в свободното време на обучаваните.* 2. *В значителната част от ВУ има изградени университетски спортни клубове и секции, които повече или по-малко организират спортната активност на студентите, включително и чрез взаимодействия с други спортни клубове (в т.ч. университетски, аматьорски и др.)* 3. *В някои ВУ има сравнително добър спортен календар (макар и не особено системен), не само в рамките на студентското първенство, но и в други спортни прояви (турнири, спортни празници и пр.).* 4. *Някои ВУ разполагат със сравнително добра материална спортна база. Тези ВУ проявяват и сериозна активност по отношение проектното финансиране и поблично-частното партньорство за реконструкция на съществуващата и изграждане на нова спортна база (и спортни съоръжения).* 5. *Някои ВУ имат механизми, чрез които могат да предлагат (вкл. и финансират) възможности на преподавателите по ФВ за повишаване на тяхната квалификация и научно израстване, както и за участие в научни форуми относно обмяна на педагогически опит.* 6. *В много малко ВУ има регламентирани форми на занимания с ФВ за студентите, освободени поради болест (т.е. „алтернативен спорт"), както и за тези желаещи факултативно обучение.* 7. *В някои ВУ, макар и много малко на брой, има създадени условия и ред студентите, при желание, да използват спортните съоръжения и спортуват в свободното си време при преференциални условия – такси, пропусквателен режим и пр.* *занимания поради болест, както и факултативно обучение със студентите от горните курсове, за които предметът не е задължителен.*	СИЛНИ СТРАНИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ВИСШИ УЧИЛИЩА

СЛАБИ СТРАНИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ВИСШИ УЧИЛИЩА	***III квадрант (ситуации)*:** *1. Липсата на действена национална стратегия (подкрепена с програма и технологични механизми) за развитие на университетското физическо възпитание и спорт, вкл. и на спорта в свободното време на кандидат висшистите.* *2. Съществуването на алтернативни занимания (вкл. интернет и други подобни развлекателни занимания), които се отразяват негативно върху спортните интереси и потребности на студентите, а оттам и върху тяхната активност в часовете по ФВ, както и върху спорта в свободното им време.* *3. Съществуването на проблеми от кадрово, финансово, материално-техническо, медицинско, информационно и друго естество в системата на физическото възпитание и спорта в Р.България, което се отразява негативно и върху подсистемата на студентския спорт.* *4. Съществуването на правно-нормативни пречки, обективни и субективни обстоятелства за по-сериозно застъпване на физическите упражнения и спорта н учебния процес и свободното време на студентите.* *5. Неизяснения статут в редица ВУ на използваната материална спортна база, което ограничава възможностите за използването и от университетите по предназначение, както и предприемането на действия по реконструкцията и модернизацията й.* *6. Недобра координация между държавнине органи и организации, местните власти, спортните организации и висшите училища (в т.ч. университетските спортни клубове) при организиране и управление на спортната активност на българските студенти.*	***IV квадрант (ситуации)*:** *1. Усъвършенстване на учебните програми по ФВ във ВУ, както и на структурата и методиката за провеждане на уроците в различните форми на учебния процес по предмета, което би повишило неговата ефективност в три посоки (компоненти) – образователна, градивна и възпитателна..* *2. Върху основата на задълбочени проучвания обосновано мотивиране и отстояване пред академичните ръководства на ВУ на необходимостта от увеличаване хорариума от задължителни часове по ФВ и включване на лекционни занимания в тях с цел издигане на образователното равнище на предмета като средство за здраве, жизненост, красота и противодействие на негативните явления в обществото.* *3. Разработване от катердите по ФВ на университетски програми (и технологични механизми) за развитие на ФВ и спорта конкретно за висшето училище.* *4. Проучване от ВУ (и конкретно от катедрените ръководства) на възможностите за участие в програми и разработване на проекти (национални и международни), насочени към различни направления за повишаване спортната активност на студентите – подобряване на финансовото осигуряване, реконструкция на материалната спортна база и пр.* *5. Проучване на възможностите от ВУ и реализирането им на практика за публично-частно партньорство при модернизация на университетската спортна база.* *6. Повишаване взаимодействието на ВУ и конкретно на университетските спортни клубове с други обществени спортни организации (спортни федерации, асоциации, клубове, вкл. университетски) и местни власти с цел развитие на спорта на университеско ниво.* *7. Предприемане на механизми от катедрените ръководства за снабдяване и ефективно използване в процеса по ФВ на съвременно ноу-хау и специализирана спортно-образователна литература, която да съдейства за активизиране на студентите като преки участници в учебния процес по ФВ, а също и за образоването им в ползата от спорта,като неотменна социална потребност.* *8. Разработване и утвърждаване на системен календар (на национално и университетско ниво) от състезания, който да активизира спортната ангажираност на студентите.* *9. Разработване на механизми за стимулиране на преподавателите по ФВ при качествена и допълнителна заетост със студентите.*	***СИЛНИ СТРАНИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ВИСШИ УЧИЛИЩА***
	ЗАПЛАХИ ОТ ВЪНШНАТА СРЕДА	***ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ***	

ГОДИШНИК НА МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. ИВАН РИЛСКИ", Том 56, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2013
ANNUAL OF THE UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY "ST. IVAN RILSKI", Vol. 56, Part IV, Humanitarian sciences and Economics, 2013

ОТНОШЕНИЕТО НАУКА-ПРАКТИКА

Методи Маждраков[1], Николай Николов[2], Добриян Бенов[3]

[1] Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София
[2] Институт по строителна физика, технологии и логистика, 1000 София, e-mail: njd1991@abv.bg
[3] Бенови Инженеринг ЕООД, 1618 София, e-mail: benov@benov.org

РЕЗЮМЕ. В съвременния високо-технологичен свят, едва ли е възможно прякото внедряване на научните постижения в практиката. Затова се налага да бъдат преминати две стъпки. Първата е изграждане на подходи, формули и правила за използване на резултатите от научните изследвания. Те трябва да бъдат представени в подходящ вид, най-често като модели, алгоритми, ръководства за действие, изобретения. Във втората стъпка, научните постижения се превръщат в оптимизационни решения, нови технологии, нови технически средства и др. иновации. За тази цел, обаче, не са достатъчни адекватността и новостта на научните постижения.

RELATIONSHIP SCIENCE-PRACTICE

Metodi Mazhdrakov[1], Nikolai Nikolov[2], Dobriyan Benov[3]
[1] University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia
[2] Institute of building physics, technology and logistics, 1000 Sofia
[3] Benovi Engineering Ltd., 1618 Sofia

ABSTRACT. In today's highly technological world it is not possible for direct implementation of scientific achievements in practice. Therefore need to be completed two steps. The first is the construction of approaches, formulas and rules for use of research results. In the second step, the scientific achievements become optimization solutions, new technologies, new techniques and others innovations. Of great importance for implementation are public relations and priorities.

Преди пет века, сър Франсис Бейкън публично е обявил: ЗНАНИЕТО Е СИЛА! По такъв начин той прокламира появата на нов източник на сила в човешкото развитие, наред със съществуващите религиозна и светска власти. И именно знанието е в основата на трите революции, които бяха локомотиви на човешката история – индустриалната, научно-техническата и информационната.

Но, както е известно, за да има действие, освен сила, е необходима и приложна точка, т.е. силата знание се нуждае от приложна точка – човешката практика.

Отношението ПРАКТИКА-НАУКА, като историческа създала се категория, минава през различни стадии.

Писмените сведения позволяват да проследим това развитие в отделни страни в древния свят.

В Древен Египет знанията са се прилагали директно и пряко в практиката. Това се дължи, най-вероятно, на някои особености на стопанството и религиозните вярвания. Например:

- периодичното разливане на р. Нил е осигурявало почвеното плодородие и възможността на Египет да бъде житницата на Античния свят. Но използването на тази възможност изисква определени знания – за прогнозиране на датата, за възстановяване на границите на имотите, за подбор на семена, и т.н.;
- обожествяването на Слънцето е изисквало специфично ориентиране на храмовете и другите култови постройки;
- вярата в задгробния живот и на особената роля на Фараоните в него е породила балсамирането и строителството на надгробните пирамиди;
- непрестанната опасност от съседните племена и държави е изисквала поддържането на технологичното предимство на египетското въоръжение;

Тези и други подобни дейности са извършвани от целенасочено подготвяне жреци, които според тяхната професионална квалификация днес бихме нарекли астрономи, математици, лекари, строители, геодезисти и т.н.

В Древен Египет виждаме ролята на практиката като заявител и консуматор на науката и появата на професионални учени. Но липсва това, което ние наричаме научни обобщения. Египтяните са използвали някои частни случаи на правоъгълни триъгълници за трасиране на правите ъгли и хоризонтиране на каменните блокове на пирамидите, но не са формулирали общото правило, известно като Питагорова теорема. Затова египетските жреци са трасирали правия ъгъл само с триъгълник, чиито страни се отнасят както 3:4:5, а не са знаели, че са възможни безброй други решения, с тройки

Питагорови числа, които удовлетворяват целочисленото уравнение $x^2 + y^2 = z^2$, напр. 8, 15 и 17.

Ето защо, първообраза на съвременния модел на отношението НАУКА-ПРАКТИКА виждаме в Древна Елада, и то не само заради доказването на споменатата по-горе Питагорова теорема. Особено ясно е съвременното виждане в делата на такива гениални учени и приложници, като Архимед от Сиракуза и Херон и Ератостен от Александрия. Към този модел ще се придържаме и в последващото изложение.

Може би, най-кратко съвременната наука се характеризира като „сума и система от знания“ или като „организирано знание“. Във втората дефиниция свойството „организираност“ има двоен смисъл.

От една страна то дефинира организацията на научната дейност (вътрешна организация), като:

- научна йерархия и научни учреждения;
- управление и финансиране на научната дейност;
- подготовка и възпроизводство на научния потенциал;
- обмен на информация (публикации, научни форуми, контакти);
- отношения с обществото, вкл. и практическата реализация на научните знания.

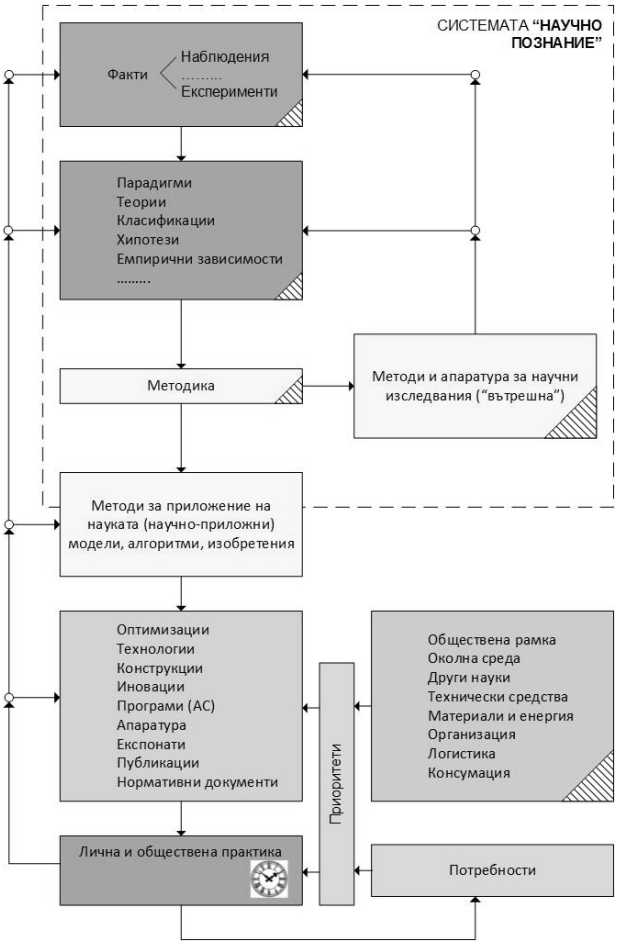
От друга страна, се касае за вътрешната организация или структурата на системата НАУЧНО ЗНАНИЕ.

Както е показано на фиг. 1, тази система се състои от три части, които едновременно са и обособени, и свързани помежду си. Най-често, първични са фактите, които могат да бъдат получени по различни начини, вкл. и „взаимствани“ от други науки. Ядрото на системата са специфичните за всеки клон от знанието парадигми, теории, класификации, хипотези, емпирични зависимости. Третата съставна част е научната методика, която разделяме на два вида – методи за научно изследване и методи за прилагане на науката в практиката.

Методите и апаратурата за научни изследвания могат да са разработени и от други науки, най-често от математиката, физиката, химията. Собствените изследвания осигуряват относително независимо (по „приети“ критерии) и в много случаи – изпреварващо, развитие на научните знания.

В съвременния високо-технологичен свят, едва ли е възможно прякото внедряване на научните постижения в практиката. Затова се налага да бъдат преминати две стъпки. Първата е изграждане на подходи, формули и правила за използване на резултатите от научните изследвания. Те трябва да бъдат представени в подходящ вид, най-често като модели, алгоритми, ръководства за действие, изобретения. Във втората стъпка, научните постижения се превръщат в оптимизационни решения, нови технологии, нови технически средства и др. иновации. За тази цел, обаче, не са достатъчни адекватността и новостта на научните постижения. Необходимо е да се отчетат и множество други фактори, като:

- обществената рамка (нормативни актове, финансиране, състояние на пазара, социални и психологически проблеми);
- ролята и нивото на съпътстващите научни решения;
- наличието и характеристиката на техническите средства (машини, съоръжения, транспорт, изчислителна техника и т.н.);
- наличието на материални ресурси и енергия;
- организацията и състоянието на внедрителските фирми;
- евентуалните логистични проблеми;
- постиженията/слабостите на конкурентите.



Фиг. 1

Обществената рамка определя и приоритетите за развитие на науката и прилагане на научните постижения в практиката.

Последният компонент в схемата е същинското внедряване на научните постижения в личната (индивидуалната, семейната) и/или обществената практика. По този начин внедрените научни постижения отговарят на определени потребности, но заедно с това – пораждат и нови.

От описаната схема, могат да се изведат някои характерни черти на сложните взаимоотношения ПРАКТИКА-НАУКА.

1. За разлика от миналото, внедряването на науката в практиката е сложен и многостъпален процес, поради което понастоящем използването на научните постижения в „чист вид“ едва ли е възможно.

2. От двата компонента, практиката (особено в наши дни!) е динамичната съставка и тя поражда нови или

възражда забравени лични и/или обществени потребности. Това поставя високи изисквания към управлението на консервативната съставка – науката.

3. Между отделните елементи от схемата съществуват прави и обратни връзки.

4. Функционирането на връзките НАУКА-ПРАКТИКА може да бъде затруднено от редица фактори, които представляват своеобразно „съпротивление на средата“ – идеологически предразсъдъци, безсмислени ограничения, невежество и недоверие, административно пречки, корупционен натиск и пр. Обратно – в много случаи, особено при подготовката и воденето на война, тези връзки функционират с много по-малък брой проблеми.

5. За развитие на научните знания от значение са обратната връзка – практика-наука и вътрешната обратна връзка, която осигурява относително самостоятелното развитие на науката.

Обратна връзка практика-наука е особено важна в два случая, когато се:

- получат странични вредни въздействия върху здравето на хората и/или върху околната среда, и
- случат явления, които при теоретичните изследвания са били пренебрегнати като „малко вероятни“.

6. Връзката практика-наука не е единственият стимул и първопричина за напредъка на научното знание. Много е важно, че науката може да се развива и относително самостоятелно, което в редица случаи осигурява изпреварващи знания (често наричани „научен задел“).

7. Показаната схема трябва да се разглежда в глобален и интердисциплинарен аспект. Това означава, че част от звената във веригата могат да бъдат разработени в други страни и/или от други клонове на знанието.

От разгледаните сложни и многокомпонентни отношения наука-практика, следват определени изводи:

- нормално е да се очаква известно изоставане на практическото внедряване от научните изследвания;
- определена част от научните изследвания едва ли ще намерят практическа реализация, но това не означава, че са „излишни“;
- в описаните процеси участват голям брой хора с различна квалификация, но в създаването на теории, модели и т.н., водеща е ролята на учените и научните колективи.