

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНИЯ ПЛУРАЛИЗЪМ В РЕПУБЛИКА С. МАКЕДОНИЯ

Магдалена Славе Андоновска
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
Катедра „Стратегическо планиране“
e-mail: magdalena.andonovska@gmail.com

Резюме: В тази статия ще се обърне сериозно внимание на възможностите и на приоритетите при създаването на ред в медийното пространство в Република Северна Македония. Нуждата от развитието на медийния плурализъм е безспорна. Разбира се, тази разработка ще се занимава и с фалшиви новини, проблем, който изглежда глобален, и пред който са изправени всички медии по света, включително, разбира се, и Република Северна Македония. Борбата с фалшивите новини се превръща в бариера за развитие на обществото и медийната среда, която трябва да бъде преодоляна с водещото участие на медиите в страната, но също и на правителството на Република Северна Македония, което да инициира законодателни промени.

Ключови думи: медии, медиен плурализъм, обществено мнение, фалшиви новини.

JEL: M14, M21.

OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF MEDIA PLURALISM IN THE REPUBLIC OF N. MACEDONIA

Magdalena Slave Andonovska
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov
Department of Strategic Planning
e-mail: magdalena.andonovska@gmail.com

Abstract: This article focuses on the opportunities and priorities in creating order in the media space in the Republic of Northern Macedonia. The need for the development of media pluralism is indisputable. Of course, this development will also deal with fake news, a problem that seems global, and which is facing all the media in the world, including, of course, the Republic of Northern Macedonia. The fight against fake news is becoming a barrier to the development of society and the media environment, which must be overcome with the leading participation of the media in the country, and also the government of the Republic of Northern Macedonia, which is to initiate legislative changes.

Key words: media, media pluralism, public opinion, fake news.

JEL: M14, M21.

Въведение

С годините медиите създадоха врата, през която истината преминава, а проблемите се обсъждат. Врата, през която преминават както осъждане-

то, така и възхвалението. Врата, която съживява отношението, критиката, решението, експертното мнение, анализа. Той създава вдъхновение, активира мисълта, чувството за справедливост и дава на всяка идея възможност за представяне. Развитието на демокрацията върви редом с развитието на медиите. Нарастването на демократичния капацитет увеличава необходимостта от растеж на медиите по отношение на поставянето им сред общите събития (Joanna, 2001). Разрастването на медиите означава и тяхната промяна, т.е. тяхното усъвършенстване, което се увеличава с всеки изминал ден. С появата и разширяването на технологичните възможности се създават нови платформи, които вървят в крак с традиционните медии, а напоследък даже ги подминават, като същевременно се превръщат в нов глас, т.е. информационен център.

Обект на анализа в тази статия е медийната среда в Република Северна Македония. *Предмет* на изследването са възможностите за развитие на медийния плурализъм в страната. *Целта* на тази разработка е да обясни и прецизира важни аспекти на медийния плурализъм в Република С Македония, а така също и на медийната пропаганда – мощен инструмент, който изпълва медийното пространство. Конкретните *задачи* тук са: Къде и как се създава тя? На кого му служи? Доколко сменя или потвърждава определено обществено мнение?

1. Медийният плурализъм – моментна снимка

Медийният плурализъм е изключително важна тема за дебати и анализи. Касае се за разнообразието в най-широк аспект: случващата се медийна концентрация в глобален аспект, свободата на изразяване и създаване на становище без влиянието на доминиращ източник, функцията на медиите да осъществяват на практика правото на информация (Редакционните стандарти и ценности на ВВС, 2018).

Европейската комисия определя медийния плурализъм като понятие, което „обхваща социални, политически, културни, образователни и религиозни ценности, мнения, информация и интереси, които намират своето специфично изражение чрез медиите. Те допринасят за пълнотата и точността на информацията, когато отразяват различията в обществото, представят различни възгледи и гледни точки и предлагат широк спектър програми и услуги“ (Europe, 2007).

Медийният плурализъм е от определящо значение, за да могат медиите да изпълняват своята демократична роля. В Европа под плурализъм се има предвид наличието на повече гледни точки и перспективи в медиите, така че гражданите да виждат своите интереси в многообразни медийни съобщения (Europe, 2007).

Медийният плурализъм в Република С Македония е изправен пред предизвикателства. Законодателството се промени през последните десетилетия, за да укрепи поне декларативно независимостта, приобщаването и плурализма, но резултатът от неадекватното прилагане е постепенното влошаване на медийната система. В областта на основната защита на журналистите и регулаторната среда на медиите рискът е наполовина, но трябва да се направи повече за подобряване на социално-икономическото положение и безопасността на журналистите, финансовата стабилност на публичната служба и независимостта и ефективността на регулатора. Пазарният плурализъм и политическата независимост на медиите също са половинчати, като се отбелязва, че страната все още се опитва да прекъсне клиентелистичните връзки между политическите участници и медиите, да осигури финансовата независимост на обществената телевизия и да намери решение за устойчивостта на частни медии. (Принципи на Международната федерация на журналистите, 2021).

Ситуацията е още по-сериозна, що се отнася до социалното включване на медийната система, която има висок риск в Република С Македония, тъй като достъпът до медиите за хора с увреждания, жени и маргинализирани групи, както и лошото състояние на медийна грамотност, са системни проблеми, които спешно трябва да бъдат решени. Очевидно е обаче, че медийната грамотност е пренебрегвана тема от институциите, обществеността и създателите на общественото мнение и че ангажиментите в тази посока са случайни и недостатъчни. Постоянното влошаване на качеството на публичния дискурс, при което много видни общественици (дори представители на институции) използват неподходящ език в обществото без никакви последствия, влошаването на образователната система и други социални фактори създават общественост, която не е в състояние за обсъждане на почти всеки въпрос от обществен интерес (Hate Speech In Online Media In South East Europe, AMI, 2013). По-голямата част от публиката става жертва на този пропаганден дискурс и не е в състояние да устои на фините форми на манипулация и да може да наблюдава критично медийното съдържание. Това води до засилване на стереотипите и експлозията на речта на омразата, която е особено видима в социалните мрежи или на страници, където съдържанието се създава от потребителите (Journalism and media privilege, 2017).

По-голямата част от обществеността, включително голяма част от образованата общественост в страната, не знае истинския смисъл и определение на речта на омразата и често я бърка с други форми на тормоз чрез медиите (например най-често с клеветата и обидата). Наказателният кодекс в няколко члена предвижда наказание за деяния, свързани с омраза – подбуждане към насилствена промяна на конституционния ред (чл. 318), реч на омразата (чл. 319, 417), както и наказание срещу лице, което с помощта на информацията системата публично ще отрича, грубо ще минимализира,

одобрява или оправдава геноцида, престъпления срещу човечеството или военни престъпления (чл. 407-а). Речта на омразата в Наказателния кодекс е изрично регламентирана в чл. 319, който се отнася до престъплението: „Разпалване на омраза, раздори или нетърпимост на национално, расово, религиозно или друго дискриминационно основание. В съответствие с професионалните журналистически стандарти трябва да се припише предаването на определено изявление на друго, т.е. в заглавието или в текста, с който се предава определена новина, следва да се посочи кой е направил това изявление. Съгласно Закона за определяне на гражданската отговорност за клевета и обида, интернет порталът не се счита за отговорен, ако обидата е насочена към сериозна критика, при изпълнение на журналистическата професия, в защита на свободата на публично изразяване на мисълта или други права или в защита на обществения интерес или други обосновани интереси.

Законът също така предвижда, че лице, което изразява унижително мнение на държавен служител в обществен интерес, не носи отговорност за обида, ако докаже, че то се основава на истински факти или ако докаже, че е имало основателни причини да вярва в достоверността на такива факти, или ако изявлението съдържа обосновани критики, или насърчава разискване от обществен интерес, или е дадено в съответствие със стандартите за професионална етика на журналистическата професия. Общият факт е, че комуникацията между медиите и обществеността като краен потребител трябва да бъде издигната на по-високо ниво, което ще означава активното ѝ участие в процесите, и такъв наблюдател, който няма да има право на глас. Преди всичко поради факта, че всички промени, които се случват в страната, се случват като продукт по искане на гражданите за осигуряване на по-добър живот. Оттук нататък комуникацията между обществеността и медиите трябва да бъде издигната на по-високо ниво, което ще означава тяхното участие в дебати, където те ще могат да изразят своите виждания по определени въпроси или определени законови решения.

Медиите трябва да бъдат отворени и прозрачни за обществеността, дори да ги защитават. Това може да бъде постигнато само ако медиите се освободят от оковите на правителството, което на различни нива изглежда упражнява известен натиск, както и собствениците на медиите, които поради неразривните връзки с определени политически и икономически центрове оказват натиск върху техните журналисти, което сериозно натоварва начина им на работа. Това създава цензура, поради която медиите просто не могат да изпълняват напълно своята дейност.

В Република Северна Македония е необходимо да се отвори медийният пазар за всички клиенти. Като се започне от икономическите субекти, които трябва да присъстват в медиите поради собственото си представяне, но и поради увеличаването на собствените си приходи, което по всякакъв начин е свързано със сътрудничество с медиите.

2. Специфика на въздействие на политическия фактор

Основният инструмент на управляващите политически партии да купуват послушание на редакциите, са публични съобщения и кампании, но и други бизнес „услуги“ за собствениците на медии, които, разбира се, се реализират с публични средства, с пари на гражданите. Преди повече от пет години правителството на РСМ е сред 10-те най-големи рекламодатели в страната. Както се очакваше, повечето от влиятелните медийни – „получатели“ на тези средства почти никога не наблюдават критично работата на държавните органи. Вместо това тези медии са превърнати в промоционални канали от изпълнителната власт. Тъй като държавата няма медийна политика и ясно определен обществен интерес към медиите, субсидирането на всяка медия и медийно съдържание се основава на политически критерии.

Като посредници в този период политическите партии имат свои собствени „доверени“ маркетингови агенции, които наддават и печелят тръжни кампании и след това разпределят средствата по неизвестни критерии, а не според зрителската аудитория, целевата аудитория, доверието и други критерии (Използване на информационно-комуникационни технологии в стопански субекти, Държавна статистическа служба, 2015). Повечето от кампаниите са за информиране на гражданите за ползите от реформите в съдебната система, здравеопазването, образованието, селското стопанство, туризма, администрацията, а няколко за насърчаване на иновативния и предприемачески дух, срещу абортите, за съвместно съществуване, „Разгледайте Македония“ и за насърчаване на семейните ценности. Въпреки че някои от темите, обхванати в кампаниите, не могат да бъдат оспорени поради значението им за обществения интерес, критичното общество и медийната общност оспориха непрозрачното разходване на тези публични средства. С тях всъщност зад маската на обществения интерес правителството спечели послушанието на някои от медиите.

В последния доклад на ЕК за напредъка по въпроса се отбелязва, че „все още няма достатъчно прозрачност в държавните разходи за медийна реклама и правителството не е предоставило подробности относно сумите, критериите и получателите, въпреки препоръките в Закона за аудио- и аудиовизуалните медийни услуги“. (Комуникација за Политиката за проширување на ЕУ за 2021 година, 2021) За да се преодолеят недостатъците, през следващите години, съгласно препоръките на ЕК, страната трябва да обърне особено внимание на осигуряването на пълна прозрачност в държавната реклама и да разработи нови механизми за неплатени публични съобщения, които наистина са от обществен интерес. След мораториума върху публичните медийни кампании през лятото на 2015 г. в процеса на преговори за изход от политическата криза правителството продължи да използва други инструменти за поддържане на клиентски връзки с медии-

те, като обществени поръчки, доклади, различни обществени поръчки и заетост в публична администрация, чрез нововъведеното субсидиране на документалната и игрална програма, чието производство по закон е станало задължително за част от медиите или други услуги за собствениците на медии.

Що се отнася до средствата за производство на филмова и документална програма, че те се присъждат в процес, взет от изпълнителната власт, показва последният доклад на Македонския медиен институт (МИИМ) – „Независим модел на медийни субсидии за местните е необходимо производство“ (Никодиноска, 2017). Според анализа разпределението на тези средства се решава от Междуведомствена комисия, съставена от хора от няколко министерства и държавни органи. Това очевидно демонстрира влиянието на изпълнителната власт, на която ще бъдат разпределени тези средства, което е важен елемент на все по-обединяващия медиен пазар. Собствениците и продуцентите на медии, от една страна, и професионалните медии и организации на гражданското общество, от друга, както се отбелязва в анализа, имат разделени мнения по този въпрос. Телевизионните компании и продуценти приемат мярката, виждайки в нея възможност за развитие на качествена родна продукция. Междувременно медийните асоциации смятат, че подобна финансова подкрепа може допълнително да засили правителствения контрол върху редакционната политика и медийното съдържание.

3. Необходимост от нови стратегически инициативи

Въпреки че може да се заключи, че в Република С Македония има относително добра правна рамка, инфраструктура, технологии и други ресурси, които дават възможност на медиите да изпълняват ролята си на защитници на обществения интерес, провалът им в това отношение е по-видим. Няколко фактора допринасят за това. Това е предимно пренаселеността на медиите на икономически скромния пазар, след това правната несигурност, но и селективността. Можем да кажем, че медиите в Република С Македония са частично свободни, тъй като всички те са жертви на клиентелизъм, връзки между политиката, бизнеса и структурата на собственост на медиите, но и на директен натиск от правителството и институциите. Цензурата, автоцензурата и други фактори сериозно пречат на медиите да изпълняват ролята на пазители на обществения интерес.

Разочарованието, апатията и конформизмът често доминират в македонските медии, които заедно с икономическата уязвимост създават комбинация, която отваря широко вратата за клиентелизъм и корупция не само сред собствеността и редакционния персонал, но и в редакциите и сред самите журналисти. Положителни стъпки могат да бъдат открити във функ-

ционирането на медийни организации и асоциации, които оказват силна съпротива на тази ситуация, подкрепени от малка, но професионална и силно мотивирана група медии, разследващи журналисти и проекти, които се стремят да докладват отговорно по всички важни въпроси за обществеността и гражданите. Влиянието им обаче е далеч по-малко върху социалните тенденции. Напредък се забелязва и при прилагането на саморегулиране, но ключови проблеми, пред които са изправени саморегулиращите органи, са нивото на неприемане от страна на част от медийната общност и медиите, неразкриване на решения от нарушители, което губи ефекта на морални санкции и липса на информация. Институциите на страната трябва да осигурят среда, в която медиите и журналистите могат да играят ролята на защитници на обществения интерес. Това се отнася преди всичко за начина на функциониране на правните механизми за защита на техните права, но също така и за отговорностите, които медиите имат, когато общуват с масова аудитория. Те трябва да започнат да функционират по независим, безпристрастен, неселективен и справедлив начин.

Структурата на собственост в медиите не трябва да бъде определящ фактор за определяне на редакционната политика и за създаване на обществен интерес. Основният акцент трябва да бъде върху отговорността към гражданите. Общественият радиооператор е определящ фактор за демократичното общество и е услуга за гражданите. Той не може да функционира по друг начин освен в обществен интерес. Това изисква укрепване на механизмите за осигуряване на такава роля. Плурализмът в медийното съдържание и по-голямото представяне на съдържанието, свързано с обществения интерес, трябва да се насърчават чрез международните фондове за тази цел, но и чрез подкрепата от държавните фондове, която трябва да се насочва според известни и научноопределени критерии. Получаването на средства за това от професионални и независими органи трябва да става по публичен и прозрачен начин. В допълнение към поддръжката на съдържание, трябва да се мисли за разработване на медии с нестопанска цел, които почти не съществуват, както и за общностни и местни медии, които са все по-застрашени.

Определянето на обществения интерес към регулирането на медиите в Република С Македония изглежда повече от необходимо. Регулирането трябва да се прилага еднакво както за публични, така и за частни медии, особено за тези с новинарски емисии. При това трябва да бъдат осигурени силни механизми за прилагане на законодателството на практика. Институциите на страната трябва да осигурят среда, в която медиите и журналистите могат да играят ролята на защитници на обществения интерес. Това се отнася преди всичко за начина на функциониране на правните механизми за защита на техните права, но също така и за отговорностите, които медиите имат, когато общуват с масова аудито-

рия. Те трябва да започнат да функционират по независим, безпристрастен, неселективен и справедлив начин. Медиите трябва да основават своята независимост и автономия на зачитане на законово определени стандарти. Това е силен аргумент в борбата срещу политическите и икономическите интереси. Структурата на собственост в медиите не трябва да бъде определящ фактор за определяне на редакционната политика и за създаване на обществен интерес.

Заклучение

Резултатите от нашето проучване показват, че основният акцент при развитието на медийния плурализъм в Република С Македония трябва да бъде върху отговорността към гражданите. Етичните журналистически стандарти са ключът към почтеността на журналистическата професия. Спазването на тези принципи е предпоставка за грижа за обществения интерес и тяхното неспазване трябва да бъде санкционирано от самата журналистическа общност. Общественият радиооператор е определящ фактор за демократичното общество и е услуга за гражданите. Той не може да функционира по друг начин освен в обществен интерес. Това изисква укрепване на механизмите за осигуряване на такава роля.

Считаме, че плурализмът в медийното съдържание и по-голямото представяне на съдържанието, свързано с обществения интерес, трябва да се насърчават чрез международните фондове за тази цел, но и чрез подкрепата от държавните фондове, което да става според известни и научноопределени критерии към получателите на тези средства от професионални и независими органи, по обявен и прозрачен начин.

В допълнение към поддържането на съдържание трябва да се мисли за разработване на медии с нестопанска цел, които почти не съществуват, както и за общностни и местни медии, които са все по-застрашени. Важен акцент тук е поставянето на ясни регламенти и изисквания за прозрачност относно структурата на собствеността, тъй като данните показват, че тя се явява съществен фактор при формирането на редакционната политика и развитието на нагласи по важни обществени теми. Тук очакванията са насочени към държавните институции и техните правомощия и възможности за формиране на една по-благоприятна медийна среда.

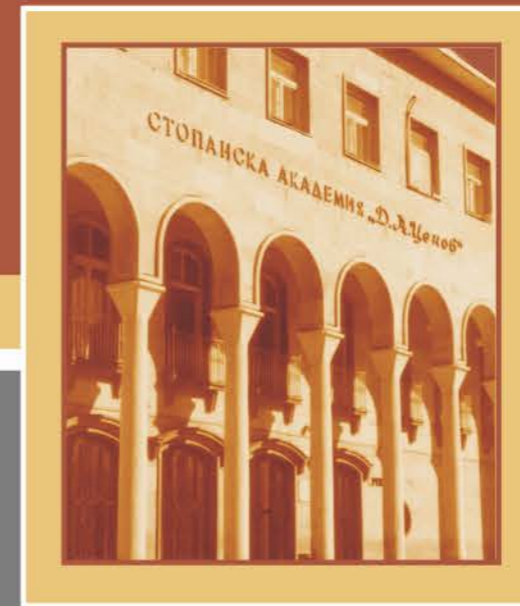
Използвани източници

- (2020, 5 22). Retrieved from [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/cm/rec\(1999\)001&expmem_EN.asp](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/cm/rec(1999)001&expmem_EN.asp)
- Europe, C. o. (2007). Recommendation Rec (2007)2 on media pluralism and diversity of media content. Council of Europe.
- F., J. (2001). *“What is public relations in the book Alison Theaker – The public relations handbook”* . London and New York.
- Hate Speech In Online Media In South East Europe, AMI.* (2013). Retrieved from <http://www.institutemedia.org/Documents/PDF/Hate%20speech%20in%20online%20media%20in%20SEE.pdf>
- Joanna, F. (2001). *The publik relations handbook.* London and New York.
- Journalism and media privilege .* (2017, 2). Retrieved from <https://rm.coe.int/journalism-and-media-privilege-pdf/1680787381>
- Използване на информационно - комуникационни технологии в стопански субекти, Държавна статистическа служба.* (2015, 10 20). Retrieved from <http://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstение.aspx?rbtxt=76>
- Комуникација за Политиката за проширување на ЕУ за 2021 година.* (2021, 10 19). Retrieved from <https://www.sep.gov.mk/data/file/Pregovori/North-Macedonia-Report-2021-%D0%9C%D0%9A2.pdf>
- Никодиноска, В. (2017, 2 5). *Македонски институт за медиуми.* Retrieved from МОНИТОРИНГ НА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈАТА НА ЗАКОНОТ ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ ВО МАКЕДОНИЈА: https://mim.org.mk/attachments/article/844/TRANSPARENCY_OF_THE_REGULATOR_del2_v2.pdf
- Принципи на Международната федерација на журналистите.* (2021, 11 10). Retrieved from <http://www.ifj.org/nc/news-single-view/category/news/article/status-of-journalists-and-journalism-ethics-ifj-principles>
- Редакционните стандарти и ценности на BBC.* (2018, 6 10). Retrieved from <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/bbc-editorial-values/editorial-values>

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ - СВИЦОВ

ГОДИШЕН
АЛМАНАХ
НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ
НА ДОКТОРАНТИ

ГОДИШЕН
АЛМАНАХ
НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ
НА ДОКТОРАНТИ



Том XIV, 2021

Книга 17

Том XIV, 2021 г.
Книга 17

Академично издателство
„ЦЕНОВ“ - Свищов

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ:

Доц. д-р Красимира Славева – главен редактор
Доц. д-р Марина Николова – зам. главен редактор
Доц. д-р Пепа Стойкова
Доц. д-р Ваня Григорова
Доц. д-р Христо Сирашки
Доц. д-р Петранка Мидова
Доц. д-р Николай Нинов
Доц. д-р Людмил Несторов

Екип за техническо обслужване:

Анка Танева – стилев редактор
Ст. преп. Иванка Борисова – превод и редакция
на английски език
Янислава Александрова – технически секретар

СЪДЪРЖАНИЕ

Студии

Андрей Антонов Йорданов ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ВЪВЕЖДАНЕТО НА ГЪВКАВО УПРАВЛЕНИЕ В ПРОЕКТНИ ЕКИПИ.....	5
Анна Димитрова Димитрова СТРУКТУРНИ ТРАНСФОРМАЦИИ НА ПРЕКИТЕ ЧУЖДЕСТРАННИ И ВЪТРЕШНИ ИНВЕСТИЦИОННИ ПОТОЦИ В БЪЛГАРИЯ (2010 – 2020).....	24
Беатрис Венциславова Любенова СТРЕС ТЕСТОВЕТЕ КАТО ИНТЕГРАЛЕН ПОДХОД ЗА КОМПЛЕКСНА ОЦЕНКА НА УПРАВЛЕНИЕТО НА РИСКА, КАЧЕСТВОТО НА АКТИВИТЕ И УСТОЙЧИВОСТТА НА БАНКИТЕ	49
Даниел Сергеев Тунчев ПЪРВИЧНИ И ВТОРИЧНИ ФАКТОРИ ЗА ФОРМИРАНЕ ЦЕНАТА НА ПЕТРОЛА – ИКОНОМИЧЕСКИ РАКУРСИ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКИ АСПЕКТИ	81
Диана Руменова Христова КАРИЕРНОТО РАЗВИТИЕ ПРЕЗ ПОГЛЕДА НА СЛУЖИТЕЛИТЕ И РАБОТОДАТЕЛИТЕ	103
Елена Валериева Вълчева АНАЛИЗ НА ТОВАРНИЯ АВТОМОБИЛЕН ТРАНСПОРТ В БЪЛГАРИЯ	118
Елена Димитрова Ташкова КОНЦЕПТУАЛНА РАМКА ЗА ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ИКОНОМИКАТА.....	137
Калоян Драгомиров Паргов ИСТОРИЧЕСКИ АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА ЕНЕРГИЙНАТА ПОЛИТИКА НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ В НАЧАЛОТО НА ХХІ ВЕК	163
Николай Кирилов Калистратов МЕТОДИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА РЕВИЗИОННИЯ АКТ И ОТЧИТАНЕ НА ФУНКЦИИТЕ И ВЛИЯНИЕТО МУ ВЪРХУ ИКОНОМИКАТА В СЯНКА В БЪЛГАРИЯ	192
Стелиян Богданов Стефанов ПОТРЕБНОСТ ОТ ПРОМЕНИ В ДАНЪЧНАТА ПОЛИТИКА НА БЪЛГАРИЯ.....	217

Юлиан Христов Войнов
ПРЕДПОСТАВКИ И ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА
ИНСТРУМЕНТАРИУМА ЗА СТРЕС ТЕСТ НА ПУБЛИЧНИТЕ ФИНАНСИ 234

Yaakov Itach
THE IMPACT OF FINANCIAL EDUCATION PROGRAMMES
IN ISRAEL AND THE FAMILY DISCUSSION ON FINANCIAL
MATTERS ON THE BEHAVIOUR OF YOUTH..... 260

Статии

Борислав Петров Лазаров
ТЕНДЕНЦИИ В ИНТЕНЗИВНОСТТА НА АВТОМОБИЛНОТО ДВИЖЕНИЕ
В СЕВЕРНА БЪЛГАРИЯ КАТО ФАКТОР ЗА ИКОНОМИЧЕСКА
ОБОСНОВКА НА РАЗВИТИЕТО НА TEN-T 289

Боряна Великова Симеонова
МОДЕЛИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ НА СТОКИТЕ В ПРЕДПРИЯТИЯТА
С ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ 303

Боян Димитров Вранчев
ЕФЕКТИВНОСТ НА ПРОЕКТНИТЕ ЕКИПИ 315

Ваня Владимирова Галчева
АНАЛИЗ НА АВТОМОБИЛНИТЕ ПРЕДСТАВИТЕЛСТВА
В БЪЛГАРИЯ 332

Вахан Ахаси Бохосян
МОРАЛЕН РИСК И ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА КОНФЛИКТА
“ПРИНЦИПАЛ-АГЕНТ“ В ЗАСТРАХОВАНЕТО 343

Галя Колева Монева
ГЕНЕЗИС И ЕВОЛЮЦИЯ НА РЕВЕНЮ МЕНИДЖМЪНТА
НА РЕСТОРАНТЪОРСКИЯ БИЗНЕС..... 356

Георги Стоилов Анев
БИЗНЕС МОДЕЛИ И ПОДХОДИ ЗА ГЕНЕРИРАНЕ НА ПРИХОДИ
В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ 373

Даниел Генчев Данчев
НОВИ ПОЛИТИКИ И ПЕРСПЕКТИВИ ПРЕД МАЛКИТЕ И СРЕДНИ
ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ 390

Даниела Стойчева Сачарова
КОНЦЕНТРАЦИЯ НА БЪЛГАРСКИТЕ
ОБЩОЗАСТРАХОВАТЕЛНИ КОМПАНИИ В СЕКТОРА
НА ОБЩЕСТВЕНИТЕ ПОРЪЧКИ 402

Димитър Сергеев Димитров БАЛКАНСКИЯТ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИ ВЪЗЕЛ И БЪЛГАРСКИЯТ ТУРИЗЪМ.....	412
Кармен Димитров Вранчев НИЪРШОРИНГЪТ КАТО СТРАТЕГИЯ ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРИЯ.....	422
Катя Симеонова Иванова ФИНАНСОВИ АСПЕКТИ ПРИ УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19	436
Кузман Илиев Илиев ПАРИЧНАТА ДИНАМИКА КАТО ФАКТОР НА ГЕНЕРАЛНОТО РАВНОВЕСИЕ В ИКОНОМИКАТА И ИКОНОМИЧЕСКИЯ ЦИКЪЛ – КОНЦЕПТУАЛНИ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ АСПЕКТИ	450
Магдалена Славе Андоновска ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНИЯ ПЛУРАЛИЗЪМ В РЕПУБЛИКА С. МАКЕДОНИЯ	466
Мария Александрова Велкова УПРАВЛЕНИЕ НА КОНФЛИКТИ В МУЛТИКУЛТУРНИ ОРГАНИЗАЦИИ	475
Мартин Николаев Харизанов ФИНАНСОВИ АСПЕКТИ НА РЕАЛИЗИРАНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА РАЗВИТИЕ В СЕВЕРОЗАПАДНИЯ РАЙОН ЗА ПЛАНИРАНЕ	487
Мартин Яворов Бакърджиев УСТОЙЧИВОСТ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В КОРПОРАТИВНОТО УПРАВЛЕНИЕ	503
Моника Любомирова Янакиева ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ФОРМИРАНЕТО И БЮДЖЕТИРАНЕТО НА ПУБЛИЧНИТЕ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТТА НА МЛАДЕЖТА	523
Наталия Стоянчева Стоянова ЗА НАПРЕДЪКА НА БЪЛГАРИЯ ПО ГЛОБАЛНИТЕ ЦЕЛИ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ	543
Никола Илчов Илчев ОПЕРАТИВНИ МОДЕЛИ ЗА ТЪРГОВИЯ НА ХРАНИТЕЛНИ СТОКИ И НАПИТКИ В ДИГИТАЛНА СРЕДА	555
Орлин Чавдаров Япраков АНАЛИЗ НА КОЛИЧЕСТВЕНИТЕ ИЗМЕРИТЕЛИ В БЪЛГАРСКИЯ БАНКОВ ПАЗАР	565

Рая Бисерова Драгоева ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА КОНСОЛИДАЦИОННИТЕ ПРОЦЕСИ ВЪРХУ ЕФЕКТИВНОСТТА НА БАНКОВАТА ДЕЙНОСТ	580
Румяна Цветанова Витнъова ПОСТИЖЕНИЯ И ПРАКТИКИ ПРИ ВЪВЕЖДАНЕ НА ОБРАЗОВАНИЕ ПО ФИНАНСОВА ГРАМОТНОСТ В УЧИЛИЩАТА	598
Светлана Димитрова Аврионова ПОСТЪПЛЕНИЯТА ОТ ДАНЪЧНИ ПРИХОДИ В БЪЛГАРИЯ В КОНТЕКСТА НА ПАНДЕМИЯТА КОВИД-19	615
Силвия Петрова Петранова ТУРИЗМЪТ В БЪЛГАРИЯ И КРИЗАТА COVID-19	625
Слави Петров Джалъзов ТЕОРЕТИЧНИ И ПРИЛОЖНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ОНЛАЙН КОМУНИКАЦИИТЕ В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС	638
Снежана Веселинова Найденова СТРАТЕГИЧЕСКАТА РАМКА НА ОБРАЗОВАТЕЛНАТА СИСТЕМА – ПРОБЛЕМНИ ОБЛАСТИ И ВЪЗМОЖНИ ПОЗИТИВНИ ЕФЕКТИ ЗА ОСНОВНИТЕ УЧАСТНИЦИ	652
Станислав Чавдаров Младенов ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19 ВЪРХУ СЕКТОРИТЕ В ИКОНОМИКАТА НА СТРАНАТА	669
Стефан Ангелов Пешов СЪЩНОСТ НА ДАНЪЧНИТЕ ИЗМАМИ ПРИ ТЪРГОВИЯТА С ГОРИВА И НЕФТОПРОДУКТИ	687
Теодор Людмилков Борисов РЕПУБЛИКАНСКАТА ПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА В БЪЛГАРИЯ – СПЕЦИФИКИ И РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ.....	697

ГОДИШЕН
АЛМАНАХ
НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ НА ДОКТОРАНТИ
Студии и статии
Том XIV – 2021, книга 17

Даден за печат на 10.07.2023 г., излязъл от печат 14.07.2023 г.
Поръчка № 18830; формат 16/70/100; тираж 65

ISSN 1313-6542

Издателство и печат: Академично издателство „Ценов“
Свищов, ул. „Цанко Церковски“ 11А