СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

КАТЕДРА „СТАТИСТИКА И ПРИЛОЖНА МАТЕМАТИКА“

КРЪГЛА МАСА
С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ

СТАТИСТИЧЕСКИ ИЗМЕРЕНИЯ НА РЕГИОНАЛНИТЕ РАЗЛИЧИЯ И НЕРАВЕНСТВА МЕЖДУ СЕВЕРНА И ЮЖНА БЪЛГАРИЯ

Свищов, 16 октомври 2020 г.

Сборник с доклади

Кръглата маса е организирана в изпълнение на научноизследователски проект №13-2020 „Статистически измерения на регионалните различия и неравенства между Северна и Южна България“, финансиран със средства по Наредба на МОН за насърчаване на научно-изследователската дейност

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2020

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Красимира Славева – Ръководител на проекта
Доц. д-р Пламен Петков – Ръководител катедра „Статистика и приложна математика“
Доц. д-р Стела Касабова
Гл. ас. д-р Ваня Ганева

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
Проф. д-р Поля Ангелова

Членове:
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Стела Касабова
Доц. д-р Маргарита Шопова
Доц. д-р Екатерина Тошева
Доц. д-р Атанас Атанасов

Публикуваните материали са рецензирани. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

ISBN 978-954-23-1892-7

СЪДЪРЖАНИЕ

РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ И НЕРАВЕНСТВА В БЪЛГАРИЯ

НЕОБХОДИМО ЛИ Е НОВО ТЕРИТОРИАЛНО ДЕЛЕНИЕ НА СТРАНАТА – ЗАЩО, КАК И КОГА?
Борислав Борисов, проф. дн 7

РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ НА ПАЗАРА НА ТРУДА, НАСТЪПИЛИ В СЛЕДСТВИЕ ПАНДЕМИЧНАТА КРИЗИСНА ОБСТАНОВКА
Венелин Терзиев, инж., проф., дн 15

ТРАНСПОРТНАТА СВЪРЗАНОСТ И ИНВЕСТИЦИИТЕ ВЪВ ФОКУСА НА ПЛАНОВЕТЕ ЗА ИНТЕГРИРАНО РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНИТЕ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ (ПО ПРИМЕРА НА БЕЛЕНЕ И ПОРДИМ)
Андрей Захариев, проф. д-р, Стоян Проданов, проф. д-р, Анелия Радулова, доц. д-р, Силвия Заркова, д-р, Борислав Лазаров, докторант 32

ПОЛИТИКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ПЕРИФЕРНИТЕ РАЙОНИ
Маргарита Богданова, проф. д-р 42

РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ И ТЕНДЕНЦИИ ПРИ ОЦЕНКАТА НА БЕДНОСТТА В БЪЛГАРИЯ
Поля Ангелова, проф. д-р..... 50

ИНТЕГРИРАНОТО ПЛАНИРАНЕ КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ПРЕОДОЛЯВАНЕ РЕГИОНАЛНИТЕ РАЗЛИЧИЯ
Евелина Парашкевова, доц. д-р..... 59

ТЕРИТОРИАЛНОТО УСТРОЙСТВО НА БЪЛГАРИЯ КАТО ФАКТОР ЗА РЕГИОНАЛНОТО РАЗВИТИЕ
Камен Петров, доц. д-р..... 68

РЕГИОНАЛНО ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ В БЪЛГАРИЯ – АЛТЕРНАТИВИ МЕЖДУ СЕВЕРА И ЮГА
Камен Петров, доц. д-р, Радослав Костев, докторант..... 77

АНАЛИЗ НА РАЗЛИЧИЯТА В КЛЮЧОВИ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА СЕВЕРНА И ЮЖНА БЪЛГАРИЯ – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
Красимира Славева, доц. д-р..... 85

ЛОГИСТИЧНИТЕ ВЕРИГИ КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ТЕРИТОРИАЛНА КОХЕЗИЯ
Маруся Линкова, доц. д-р, Елица Лазарова, гл. ас. д-р..... 97

ИЗСЛЕДВАНЕ НА РЕГИОНАЛНАТА ДИФЕРЕНЦИАЦИЯ В БЪЛГАРСКАТА СИСТЕМА НА ВИСШЕТО ОБРАЗОВАНИЕ С КЛЪСТЕРЕН АНАЛИЗ
Пламен Петков, доц. д-р, Елеонора Минева-Димитрова, ас. д-р..... 105

РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ В ДОХОДИТЕ И АСОРТИМЕНТНОТО ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ДОМАКИНСТВАТА В БЪЛГАРИЯ
Симеонка Петрова, доц. д-р..... 115

БИЗНЕС СРЕДАТА КАТО ФАКТОР ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
Стела Касабова, доц. д-р..... 122

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА НАМАЛЯВАНЕ НА РЕГИОНАЛНИТЕ ДИСБАЛАНСИ ЧРЕЗ ПРОМЕНИ В АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРИТОРИАЛНОТО ДЕЛЕНИЕ НА СТРАНАТА
Тихомир Личев, доц. д-р, Катя Личева, доц. д-р..... 130

ПРОФЕСИОНАЛНОТО ОБУЧЕНИЕ – КЛЮЧОВ ФАКТОР ЗА ПРЕОДОЛЯВАНЕ НА РАЗЛИЧИЯТА МЕЖДУ СЕВЕРНА И ЮЖНА БЪЛГАРИЯ
Христо Сирашки, доц. д-р..... 138

ПАРТНЬОРСТВО В УПРАВЛЕНИЕТО НА РЕГИОНАЛНИТЕ ДИСБАЛАНСИ
Десислава Алексиева, гл. ас. д-р..... 146

РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ И НЕРАВЕНСТВА В МАЛКИТЕ ОБЩИНИ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВИ
Методи Иванов, гл. ас. д-р 153

РЕГИОНАЛНИ АСПЕКТИ И ИЗМЕРЕНИЯ НА СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ НА БПЦ
Петкан Илиев, гл. ас, д-р..... 161

СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИЯ МЕГАПОЛИС В ЮЖНА БЪЛГАРИЯ СРЕЩУ ОАЗИСИТЕ В СЕВЕРНА БЪЛГАРИЯ
Петя Василева, гл. ас. д-р..... 173

РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ В НАПОЯВАНАТА ОБРАБОТВАЕМА ЗЕМЯ МЕЖДУ СЕВЕРНА И ЮЖНА БЪЛГАРИЯ
Радка Ненова, гл. ас. д-р..... 181

СТАТИСТИЧЕСКИ ИЗМЕРЕНИЯ НА РЕГИОНАЛНИТЕ РАЗЛИЧИЯ И НЕРАВЕНСТВА МЕЖДУ БЪЛГАРИЯ И РУМЪНИЯ
Таня Тодорова, гл. ас. д-р 190

РЕГИОНАЛНИ АСИМЕТРИИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ПРОЕКТИ В БЪЛГАРИЯ (2014-2020)
Юлиян Господинов, гл. ас. д-р 197

СЪПОСТАВИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА ИНДУСТРИЯТА В СЕВЕРНА И ЮЖНА БЪЛГАРИЯ
Явор Станев, гл. ас. д-р 205

ИКОНОМИЧЕСКИ, СОЦИАЛНИ, ДЕМОГРАФСКИ ПРОБЛЕМИ В БЪЛГАРИЯ

ВРЪЗКАТА “УРБАНИЗАЦИЯ - ПОТРЕБНОСТИ ОТ ЗДРАВЕ И ЗДРАВОСЛОВЕН НАЧИН НА ЖИВОТ”. МЕТОДИ ЗА ИЗМЕРВАНЕ
Анастасия Марчева, доц. д-р 213

СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА ПАЗАРА НА ТРУДА В ОБЛАСТ ПЛЕВЕН
Галина Тодорова, доц. д-р 220

ОТНОСНО НЯКОИ МАКРОИКОНОМИЧЕСКА ДАННИ – ПРЕДПОСТАВКА ЗА ИДЕНТИФИЦИРАНЕ ИНОВАЦИОННИТЕ ВЪЗМОЖНОСТИ НА БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА
Искра Пантелеева, доц. д-р 228

МАЩАБИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ФИНАНСОВИ АГРОПАЗАРИ
Любомир Любенов, доц. д-р, Анелия Любенова, д-р 237

ОПЕРАТИВЕН КОНТРОЛИНГ ВЪВ ФИРМАТА
Людмил Б. Кръстев, доц. д-р 247

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОЦЕНКА НА СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКО СБЛИЖАВАНЕ СПОРЕД ЕВРОПЕЙСКИЯ СТЪЛБ НА СОЦИАЛНИТЕ ПРАВА
Маргарита Шопова, доц. д-р, Тихомир Върбанов, гл. ас. д-р, Евгени Овчинников, ас. д-р 254

ВЪЗМОЖНОСТИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРИ РАЗВИТИЕ НА ПОЗЕМЛЕНИТЕ ОТНОШЕНИЯ В БЪЛГАРИЯ
Марина Николова, доц. д-р 263

„ЗА“ И „ПРОТИВ“ ДОПЪЛНЕНИЕТО НА МЕТОДИКАТА ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЛИНИЯТА НА БЕДНОСТ В БЪЛГАРИЯ
Николай Нинов, доц. д-р 273

БИЗНЕС СРЕДАТА И ПИВОВАРНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ
Сергей Найденов, доц. д-р 282

СОЦИАЛНОТО НЕРАВЕНСТВО – КОНЦЕПТУАЛНА РАМКА И ИЗМЕРВАНЕ
Ваня Ганева, гл. ас. д-р 290

КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В УСЛОВИЯТА НА КОВИД-19
Емил Николов, гл. ас. д-р 298

СТАТИСТИЧЕСКО ИЗУЧАВАНЕ НА ЗАСТРАХОВКА „КАРГО“ В БЪЛГАРИЯ ЗА ПЕРИОДА 2010-2019 Г. – СЪВРЕМЕННИ ИЗМЕРЕНИЯ
Милен Митков, гл.ас. д-р 306

УВЕЛИЧАВАНЕ НЕДОСТИГА НА РАБОТНА СИЛА В ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО
Милена Владимирова, гл. ас. дм 316

УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ В ЕВРОПЕЙСКАТА СОЦИАЛНА ПРОГРАМА
Иванка Янкова, докторант 323

ИКОНОМИЧЕСКИ, СОЦИАЛНИ, ДЕМОГРАФСКИ ПРОБЛЕМИ В ЕВРОПА

MULTIVARIATE ANALYSIS – A GREAT TOOL FOR A MULTIVARIATE WORLD
Carlos A. Coelho, Full Professor of Statistics PhD 331

DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES IN THE REGION OF CENTRAL AND EASTERN EUROPE: THE VISEGRAD FOUR AND UKRAINE
Yevhen Savelyev, Prof. DSc (Econ.), Vitalina Kuryliak, Prof. DSc (Econ) 336

ASSESSMENT OF ECONOMIC EFFICIENCY OF THE ENVIRONMENTAL COSTS
Antonina Sydorova, Prof. DSc (Econ.), Olena Cherenkevich, PhD Student, Hanna Anisimova, Research Assist. PhD 343

CROSS-BORDER TRADE OF UKRAINE AND THE VISEGRAD FOUR COUNTRIES
Mariia Lyzun, Prof. DSc (Econ.), Ihor Lishchynskyy, Prof. DSc (Econ.)..... 352

FORECASTING SERBIAN GDP GROWTH AND UNEMPLOYMENT RATE USING VAR MODEL
Vinko Lepojević, Full professor, PhD, Tadija Djukić, Full professor, PhD..... 358

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19, НА ПРИМЕРЕ МОЛДОВЫ, БОЛГАРИИ И РУМЫНИИ (MD, BG, RO)
Эдуард Хырбу, доц. к.э.н. 366

ПОЗДРАВИТЕЛНИ АДРЕСИ..... 373

CONTENTS

REGIONAL DIFFERENCES AND INEQUALITIES IN BULGARIA

IS A NEW TERRITORIAL DIVISION OF THE COUNTRY NEEDED – WHY, HOW AND WHEN
Borislav Borisov, Prof. DSc..... 7

REGIONAL DIFFERENCES ON THE LABOR MARKET AS A RESULT OF THE PANDEMIC CRISIS
Venelin Terziev, Eng., Prof, DSc..... 15

TRANSPORT CONNECTIONS AND INVESTMENTS IN THE FOCUS OF THE PLANS FOR INTEGRATED DEVELOPMENT OF MUNICIPALITIES IN THE REPUBLIC OF BULGARIA (ON THE EXAMPLE OF BELENE AND PORDIM)
Andrey Zahariev, Prof. PhD., Stoyan Prodanov, Prof. PhD., Anelia Radulova, Assoc. Prof. PhD., Silvia Zarkova, Ph.D., Borislav Lazarov, PhD Student..... 32

POLICIES FOR PERIPHERAL REGIONS DEVELOPMENT
Margarita Bogdanova, Prof. PhD..... 42

REGIONAL DIFFERENCES AND TRENDS IN EVALUATION OF POVERTY IN BULGARIA
Polya Angelova, Prof. PhD..... 50

INTEGRATED PLANNING AS A TOOL FOR OVERCOMING REGIONAL DIFFERENCES
Evelina Parashkevova, Assoc. Prof. PhD..... 59

THE TERRITORIAL ORGANIZATION OF BULGARIA AS A FACTOR FOR REGIONAL DEVELOPMENT
Kamen Petrov, Assoc. Prof. PhD..... 68

REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN BULGARIA - ALTERNATIVES BETWEEN THE NORTH AND THE SOUTH
Kamen Petrov, Assoc. Prof. PhD, Radoslav Kostev, PhD Student..... 77

ANALYSIS OF THE DIFFERENCES IN KEY INDICATORS FOR THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF NORTH AND SOUTH BULGARIA
Krasimira Slaveva, Assoc. Prof. PhD..... 85

LOGISTICS CHAINS AS A TOOL FOR TERRITORIAL COHESION
Marusya Linkova, Assoc. Prof. PhD,
Elitsa Lazarova, Chief. Assist. Prof. PhD 97

STUDY OF REGIONAL DIFFERENTIATION IN THE BULGARIAN HIGHER EDUCATION SYSTEM WITH CLUSTER ANALYSIS
Plamen Petkov, Assoc. Prof. PhD,
Eleonora Mineva-Dimitrova, Assist. Prof. PhD 105

REGIONAL DIFFERENCES IN INCOME AND ASSORTMENT CONSUMPTION OF HOUSEHOLDS IN BULGARIA
Simeonka Petrova, Assoc. Prof. PhD 115

BUSINESS ENVIRONMENT AS A FACTOR FOR REGIONAL DEVELOPMENT
Stela Kasabova, Assoc. Prof. PhD 122

OPPORTUNITIES FOR REDUCING REGIONAL IMBALANCES THROUGH CHANGES IN THE ADMINISTRATIVE-TERRITORIAL DIVISION OF THE COUNTRY
Tihomir Lichev, Assoc. Prof. PhD, Katya Licheva, Assoc. Prof. PhD 130

PROFESSIONAL TRAINING - A KEY FACTOR FOR GET OVER THE DIFFERENCES BETWEEN NORTHERN AND SOUTH BULGARIA
Histo Sirashki, Assoc. Prof. PhD 138

THE PARTNERSHIP IN MANAGING REGIONAL IMBALANCES
Desislava Aleksieva, Chief. Assist. Prof. PhD..... 146

REGIONAL DIFFERENCES AND INEQUALITIES IN SMALL MUNICIPALITIES IN THE REPUBLIC OF BULGARIA: TRENDS AND PERSPECTIVES
Metodi Ivanov, Chief. Assist. Prof. PhD 153

REGIONAL ASPECTS AND DIMENSIONS OF THE SOCIO-ECONOMIC ACTIVITY OF THE BOC
Petkan Iliev, Chief. Assist. Prof. PhD 161

THE SOCIO-ECONOMIC MEGAPOLIS IN SOUTH BULGARIA AGAINST THE OASIS IN NORTHERN BULGARIA
Petya Vasileva, Chief. Assist. Prof. PhD 173

REGIONAL DIFFERENCES IN IRRIGATED ARABLE LAND BETWEEN NORTHERN AND SOUTHERN BULGARIA
Radka Nenova, Chief. Assist. Prof. PhD..... 181

STATISTIC MEASUREMENT OF REGIONAL DIFFERENCES AND INEQUALITY BETWEEN BULGARIA AND ROMANIA
Tanya Todorova, Chief. Assist. Prof. PhD 190

REGIONAL ASYMMETRES IN PROJECT MANAGEMENT IN BULGARIA (2014-2020)
Yuliyan Gospodinov, Chief. Assist. Prof. PhD 197

COMPARATIVE ANALYSIS OF INDUSTRY IN NORTHERN AND SOUTHERN BULGARIA.
Yavor Stanev, Chief. Assist. Prof. PhD 205

ECONOMIC, SOCIAL, DEMOGRAPHIC PROBLEMS IN BULGARIA

THE "URBANIZATION – HEALTH AND HEALTHY LIFESTYLE" RELATIONSHIP. MEASUREMENT METHODS
Anastasiya Marcheva, Assoc. Prof. PhD 213

CONDITION AND DEVELOPMENT OF THE LABOR MARKET IN PLEVEN DISTRICT
Galina Todorova, Assoc. Prof. PhD 220

REGARDING SOME MACROECONOMIC DATA – A PREREQUISITE FOR IDENTIFYING THE INNOVATIVE OPPORTUNITIES OF THE BULGARIAN ECONOMY
Iskra Panteleeva, Assoc. Prof. PhD 228

SCALE OF BULGARIAN AGRICULTURAL FINANCIAL MARKETS
Lyubomir Lyubenov, Assoc. Prof. PhD Anelia Lyubenova, PhD 237

OPERATIVE CONTROLLING IN THE FIRM
Lydmil Krastev, Assoc. Prof. PhD 247

OPPORTUNITIES FOR EVALUATING SOCIO-ECONOMIC CONVERGENCE WITHIN THE EUROPEAN PILLAR OF SOCIAL RIGHTS
Margarita Shopova, Assoc. Prof. PhD, Tihomir Varbanov, Chef Assist. Prof. PhD, Evgeni Ovchinnikov, Assist. Prof. PhD 254

PPORTUNITIES AND CHALLENGES IN THE DEVELOPMENT OF LAND RELATIONS IN BULGARIA
Marina Nikolova, Assoc. Prof. PhD 263

„FOR" AND „AGAINST" THE ADDITION TO THE METHODOLOGY FOR DETERMINING THE POVERTY LINE IN BULGARIA
Nikolay Ninov, Assoc. Prof. PhD 273

THE BUSINESS ENVIRONMENT AND BREWERIES IN BULGARIA
Sergey Naydenov, Assoc. Prof. PhD..... 282

SOCIAL INEQUALITY – CONCEPTUAL FRAMEWORK AND MEASUREMENT
Vanya Ganeva, Chief Assist. Prof. PhD..... 290

CORPORATE SICIAL RESPONSIBILITY IT THE CONDITION OF COVID-19
Emil Nikolov, Chief Assist. Prof. PhD 298

STATISTICAL STUDY OF CARGO INSURANCE IN BULGARIA FOR THE PERIOD 2010-2019 - MODERN DIMENSIONS
Milen Mitkov, Chief Assist. Prof. PhD..... 306

INCREASING THE LABOR SHORTAGES IN HEALTHCARE
Milena Vladimirova, Chief Assist. Prof. MD 316

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE EUROPEAN SOCIAL AGENDA
Ivanka Yankova, PhD Student 323

ECONOMIC, SOCIAL, DEMOGRAPHIC PROBLEMS IN EUROPE

MULTIVARIATE ANALYSIS – A GREAT TOOL FOR A MULTIVARIATE WORLD
Carlos A. Coelho, Full Professor of Statistics PhD 331

DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES IN THE REGION OF CENTRAL AND EASTERN EUROPE: VISEGRAD FOUR AND UKRAINE
Yevhen Savelyev, Prof. DSc (Econ.),
Vitalina Kuryliak, Prof. DSc (Econ) 336

ASSESSMENT OF THE ECONOMIC EFFICIENCY OF THE ENVIRONMENTAL COSTS
Antonina Sydorova, Prof. DSc (Econ.), Olena Cherenkevich, PhD Student,
Hanna Anisimova, Research Assist. PhD 343

CROSS-BORDER TRADE OF UKRAINE AND THE VISEGRAD FOUR COUNTRIES
Mariia Lyzun, Prof. DSc (Econ.),
Ihor Lishchynskyy, Prof. DSc (Econ.)..... 352

FORECASTING SERBIAN GDP GROWTH AND UNEMPLOYMENT RATE USING VAR MODEL
Vinko Lepojević, Full professor, PhD,
Tadija Djukić, Full professor, PhD 358

REGIONAL DIFFERENCES IN POPULATION BEHAVIOR IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC, AS EXEMPLIFIED BY MOLDOVA, BULGARIA AND ROMANIA (MD, BG, RO)
Eduad Hirbu. Assoc. Prof. PhD 366

КРЪГЛА МАСА
С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ

СТАТИСТИЧЕСКИ ИЗМЕРЕНИЯ НА РЕГИОНАЛНИТЕ РАЗЛИЧИЯ И НЕРАВЕНСТВА МЕЖДУ СЕВЕРНА И ЮЖНА БЪЛГАРИЯ

Свищов, 16 октомври 2020 г.

Сборник с доклади

Кръглата маса е организирана в изпълнение на научноизследователски проект №13-2020 „Статистически измерения на регионалните различия и неравенства между Северна и Южна България“, финансиран със средства по Наредба на МОН за насърчаване на научно-изследователската дейност

ISBN 978-954-23-1892-7

Издателство и печат: Академично издателство „Ценов”
Свищов, ул. Градево № 24

БИЗНЕС СРЕДАТА И ПИВОВАРНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ

Сергей Найденов, доц. д-р
Катедра „Индустриален бизнес и предприемачество“,
СА. „Д. А. Ценов“ – Свищов
e-mail: s.naydenov@uni-svishtov.bg

Резюме: *В теорията на управлението на бизнеса се отдава твърде голямо значение на изучаването на проблемите, които възникват и се решават по повод състоянието, анализа и оценките на въздействието на външната среда. Основната теза е, че колкото по-добре се познава средата от мениджъра или предприемача, толкова по-големи са шансовете за успех. Практика на повечето от големите компании е да създават специални отдели и звена и да наемат специалисти, заниматващи се с решаването на именно този проблем. Съвременните компании са изправени пред различни предизвикателства, идващи от обкръжаващата ги среда.*

Ключови думи*: бизнес среда, организация, идентификация, пивоварни предприятия.*

JEL: *L16; L23.*

THE BUSINESS ENVIRONMENT AND BREWERIES IN BULGARIA

Sergey Naydenov, Assoc. Prof. PhD
Department of Industrial Business and Entrepreneurship,
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov
e-mail: s.naydenov@uni-svishtov.bg

Abstract: *Modern companies are threatened to various challenges coming from the surrounding environment. To maintain their competitive advantage, they need to actively support the achievement of a stable organizational identity. Organizational identity sets prospects in the organization of internal stakeholders through their understanding of important characteristic features that give meaning to the work of his members. Companies to remain competitive, must be recognized in the market. Therefore require from bright and distinctive characteristics to help them.*

Keywords*: business environment, organization, identification, organizational identity, breweries.*

JEL: *L16; L23.*

ВЪВЕДЕНИЕ

В теорията на управлението на бизнеса се отдава твърде голямо значение на изучаването на проблемите, които възникват и се решават по повод състоянието, анализа и оценките на въздействието на външната среда. Основната теза е, че колкото по-добре се познава средата от мениджъра или предприемача, толкова по-големи са шансовете за успех. Практика на повечето от големите компании е да създават специални отдели и звена и да наемат специалисти, занимаващи се с решаването на именно този проблем. Такъв подход е трудно приложим в управлението на предприемаческите организации поради две причини: първо, невъзможността да бъдат заделени такива човешки и финансови ресурси за това, и второ, въздействието на външната среда е много по-силно върху малките предприемачи, отколкото върху големите фирми. Съвременните компании са изправени пред различни предизвикателства, идващи от обкръжаващата ги среда. За да запазят конкурентните си предимства, им е необходимо да подпомогнат активно постигането на стабилна организационна идентичност. Организационната идентичност задава перспективите по отношение на организацията за вътрешните стейкхолдъри чрез разбирането им за нейните характерни най-важни черти, които придават смисъл в работата на членовете ѝ за продължителен период от време. Ролята на комуникациите на организацията в този процес е значителна, защото подпомагат създаването и легитимирането на специфичния ѝ профил.

1. Роля и структура на бизнес средата на предприемача

За предприемачите опознаването на бизнес средата е от изключителна важност, защото още от първия ден те разбират, че в каквато степен познават външната среда на своя бизнес, в същата степен е възможен техният успех и оцеляване. Но, както показват множество примери от практиката, въздействието на една и съща среда върху собствениците на малкия и на големия бизнес е различно, т.е. бизнес средата засяга по различен начин всеки предприемач.

При управлението на ресурсите в организацията, предприемачите се сблъскват с множество проблеми от различен характер, произтичащи от обстоятелството, че всички стопански субекти зависят в някаква степен от качеството на околната среда. Чрез нея те намират клиенти на своя труд, намират ресурси и срещат своите конкуренти и контрагенти.[1] Повечето специалисти определят бизнес средата и нейното въздействие върху фирмата като пряка и непряка. Основанията за това са, че някои от факторите действали по-силно, а други не толкова силно

върху нея. Такъв подход може би е плодотворен за някои организации, но в реалния пазар всеки фактор може да бъде в даден момент пряко, а в следващия — непряко действащ. По тази причина ще разгледаме външната среда на фирмата като: глобална, наднационална (европейско икономическо пространство), национална и работна среда.

1.1. Външна среда

1.1.1. Глобална среда

В края на XX и началото на XXI век понятието „глобализация" стана синоним на значими промени в управлението на бизнеса. Тези промени се свързват главно със следните причини:

Нарастване на интернационализацията на пазарите и увеличаване на ролята на мултинационалните компании (МНК) за трансфера на ресурси.

Нарастване на ролята и значението на фирмите от малкия и средния бизнес в глобален мащаб, главно под влияние на развитието на средствата за телекомуникация.

Системите на телекомуникация (главно интернет) промениха основни категории в организацията на фирмата, като: маркетинг, продажби, работно място, работно време, работен ден и пр.

Политическите промени, увеличиха съществено броя на страните, които изграждат своите икономики въз основа на принципите на пазара. Икономическата и личната свобода, които индивидите в тези страни получиха, създадоха възможност за увеличаване на мобилността на бизнеса в световен мащаб.

1.1.2. Европейска среда

Присъединяването на България към ЕС създава нова среда на функциониране на българските фирми - европейското икономическо пространство. Условията, принципите и правилата на неговото функциониране пораждат множество въпроси и отправят конкретни предизвикателства към управлението на бизнеса. Някои от по-значимите са: *свободно движение на хора; съществени различия в минималното заплащане на труда; предимства на чуждите инвеститори; нови изисквания към трудовата дисциплина; повишаване на конкуренцията на трудовия пазар; спазване на общите правила на трудовите отношения; възможност за наднационална защита*.[1]

1.1.3. Национална среда

Националната среда има важна роля за функционирането на системата за управление на човешките ресурси в организацията, защото въпреки възможностите, които предоставят глобализацията и европеизацията на бизнеса, и възможността за чужда регистрация, то локализацията на дейността има винаги конкретен национален характер.

1.2. Икономически контекст

Общите икономически условия в страната имат съществена роля и влияние върху свободното предприемачество. Към тях се отнасят: данъчен режим - равнището на преките и косвените данъци определя в решаваща степен доходите на работещите; защитата на основните икономически свободи, като: свобода на конкуренцията и защита на конкуренцията; регулация на банковата система; концесионни режими; регулиране на трудовите пазари; защита на свободата за наемане; свободата на отдаване и наемане на труд и пр.

1.3. Технологичен контекст

Съществува пряка зависимост между равнището на използваната технология в производството и свободното предприемачество. От нея произтичат основните изисквания към знанията, уменията и качествата на предприемачите. Могат да бъдат описани следните основни равнища на влияние между технология и труд в организациите.

Високоразвити технологични промени, свързани главно с използването на микропроцесорни системи, автоматизация и роботизация на производствените процеси.

Конвенционални технически промени, невключващи микропроцесорни системи за управление.

Организационни промени, свързани с използването на нови компютърни технологии за дизайн, пренос, регистриране, организация и търсене на данните.

1.4. Политически контекст

Политическите сили имат различни идеологически платформи и защитават различни интереси, и съответните правителства имат възможността да изпълняват различни политики за постигането на политическите цели на съответните партии.

Важни аспекти от държавната политика към предприемачеството са следните: степен на защита на индивидуалните права на соб-

ственост; степен на регулиране на трудовите (индустриалните) отношения; размер на данъчното облагане върху доходите на работещите; размер на облагането върху печалбата на организациите; защита на конкуренцията.

1.5. Работна среда на предприемача

Сигурността на средата е сложна, интегративна по своята същност и относителна във времето категория, т.е. тя е краен продукт от действието на различни фактори и условия. Те имат различни социални, етнически, религиозни и психологически източници.

Наблюдения върху практиката на малкия и средния бизнес у нас извеждат на преден план следния факт. Не правото на собственост само по себе си е решаващо за успеха в бизнеса, а степента, в която правото на частна собственост е защитена. Не правото да сключиш договор, регламентирано в Закона за задълженията и договорите, а степента, в която съдебната система те защитава бързо и ефективно при неизпълнението на договора от неизправната страна. Подобна участ на неизпълнение на договорите имат хиляди дребни подизпълнители на големите фирми. Всеки индивид преценява в крайна сметка въздействието на средата главно чрез възможността за избор и преследването на собствения си интерес, т.е. ако той индивидуално е свободен и реализира своя интерес, той изразява поведение на свободен индивид.[2]

Правото на избор е най-важният компонент на икономическата свобода. В стопанския живот, основан върху частна собственост, свободата е тази, която подтиква индивида към инициативност и амбициозност. Тя поставя индивида в нови условия, при които натискът върху него е намален, и той трябва да използва много по-добре своите вътрешни ресурси — знания, умения, способности, за да реализира намеренията си. Правото на избор е субективно дефинирано у индивида от нагласата му за самоизява и реализация в социалната група.

Правото на влизане в бизнеса е един от главните показатели на икономическа свобода.

Практиката на изминалите години показва, че афишираната от правителствата и държавата свобода на размяната е безпредметна без ефективната защита на договора и правото на собственост. Съдебната система не осигурява ефективна защита на изправната страна в тези спорове и се поддава на натиск.

Това, което реално има значение за всеки предприемач, както и за всяко друго лице, потърсило услугите на съда. е: до каква степен

може да разчита на безпристрастността на съда; в какъв срок ще получи обезщетението, произтичащо от решението на съда.

Това подсказва, че развитието на пазарното стопанство е практически ежедневна борба за превръщането на предписаните и изпълняваните правила в едно.

2. Предприемаческата дейност на големите пивоварни предприятия в България.

Значимите пивопроизводители у нас са:

„Загорка“ АД е най-голямата пивоварна. Упражнява дейността си по производство на пиво в гр. Стара Загора. Произвежда и търгува с марките: “Загорка“, “Ариана“, “Хайникен“, “Амстел“, “Старобърно“.

„Каменица“ АД е пивоварна компания реализираща дейността си в два пивоварни завода в градовете Пловдив и Хасково. Нейни марки са: “Каменица“, “Астика“, “Бургаско пиво“, “Славена“, “Стела Артоа“, “Бекс“, “Старопрамен“.

„Карлсберг България“ АД е производител на пиво с ускорено положително развитие. Двете пивоварни са в Шумен и Благоевград. Съосновател е на първата българска компания, лицензирана за оползотворяване на отпадъците от опаковки. Предлага на пазара марките: “Шуменско“, “Пиринско“, “Холстен“, “Туборг“.

„Болярка ВТ“ АД е една от най-старите пивоварни в България. Пивото е символ на старопрестолния град, а предлаганите марки са: “Болярка“, “Балканско“, “Швейк“, “Кингс“, “Калтенберг“, “Варщайнер“.

„Ломско пиво“ АД е построена от братята чехи Малотин и Хозман през 1894 г. в град Лом. Продуктовата линия обхваща: “Алмус“, “Шопско пиво“, “Ломско пиво“, “Мизия“, “Гредберг“.

Предприемаческата дейност на изброените предприятия за последните няколко години ще характеризираме по индикаторите:

Пазарен дял – най-висок е на „Загорка“ АД, дължи се на приходите по брандове от продажби на вътрешния пазар. Съпътстван е от „Каменица“ АД, „Карлсберг България“ АД, „Болярка ВТ“ АД и „Ломско пиво“ АД.

Оценка на качество и цена – качеството на продуктите на „Загорка“ АД е много високо, „Каменица“ АД, „Карлсберг България“ АД, „Болярка ВТ“ АД са с високо, а „Ломско пиво“ АД е със средно. Що се касае до **цената,** пивоварите инициират промени за баланс на сезонните колебания в търсенето. Прилагат стратегии насочени към

предпочитанията на потребителите и осигуряващи им предимство пред конкурентите.

Оценка на управлението на конкурентния тласък - „Загорка“ АД, „Каменица“ АД и „Болярка ВТ“ АД управляват конкурентния тласък на европейския пазар, чрез стратигическа маркетингова организация и програми, иновационен мениджмънт и системи за управение на качеството. „Карлсберг България“ АД и „Ломско пиво“ АД управляват конкурентния натиск чрез стратегически програми.

Мерки за подобряване на ефективността на ДМА – „Болярка“ АД и „Карлсберг България“ АД прилагат по-пълното натоварване на капацитета и навременното отстраняване на негодните ДМА. „Загорка“ АД и „Ломско пиво“ АД внедряват съвременни форми на организация на производство и труд. „Каменица“ АД акцентира на технико-технологичното равнище на производствената дейност.

Мерки за подобряване на ефективността на КМА – „Болярка“ АД и „Ломско пиво“ АД прилагат намаляване на незавършеното производство, краткост на продуктовата реализация и навременна събираемост на вземанията. „Загорка“ АД, „Каменица“ АД и „Карлсберг България“ АД прибягват до намаляване на производствените запаси, съкращаване на производствения цикъл чрез подобрени технологии и стимулират краткостта на продуктовата реализация и събираемостта на вземанията.

Оценка на производителността на труда – най-висока е в „Загорка“ АД, следвана от „Карлсберг България“ АД, „Каменица“ АД и „Болярка ВТ“ АД. Най-ниска в „Ломско пиво“ АД.

Оценка на квалификацията на персонала – нивото на компетенциите на персонала е средно за „Каменица“ АД, „Болярка ВТ“ АД и „Ломско пиво“ АД и високо за „Загорка“ АД и „Карлсберг България“ АД.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Съвременната бизнес среда, премоделирана от процесите на глобализация и характеризираща се със засилване на влиянията на различните групи стейкхолдъри спрямо организацията, налага промяна в нейните политики, структура, цели. В условията на динамиката на средата е необходимо да се търсят възможности за управление на организацията, които да я подпомагат не само при оцеляването, но и във възможността да повиши конкурентоспособността си. Във връзка

с това се налага и промяна в комуникационните практики с цел представяне на положителните аспекти в дейността на организацията, поддържане на идентичността, имиджа и репутацията и в средата, в която реализира своята дейност. Ефективната организационна идентичност, осъществявана както вътре в организацията, така и извън нея е гаранция за успеха на организацията. Компетентното управление, основано на нея, на корпоративния имидж и корпоративната репутация е гаранция за повишаване на конкурентните предимства на организацията.

ЛИТЕРАТУРА

Генов, Ю. (2008). Защо толкова малко успяваме? Сф. p. 87.

Димитрова, Я. (2013). Организационната идентичност. Сф. ISBN 978-954-322-566-8. p. 131-170.

Коев, Й. (2013). Въведение в предприемачеството. ИУ – Вн. ISBN 978-954-21-0622-7. p. 106-113.

Палашев, Н. (2008). Въведение в корпоративните комуникации. Сф. p. 63-91.

Maki, S.M. (2008). International Communication Association Audit. p. 383-404.

Kim, H., M. Lee, H. Lee (2010). Corporate Social Responsibility and Employee-Company Identification. p. 557-569.