

РОЛЯТА НА МЕНИДЖЪРА В БИЗНЕСА СЪС СПЕЦИАЛИЗИРАНИ УСЛУГИ

Александре Красимиров Барбуков¹,
Бартош Марсинковски²

Резюме: Като цяло обществото не само в Обединеното кралство, но и по целия свят знае твърде малко за същността на погребалната индустрия, но с охота критикува и порицава лицата, които работят в тази сфера или по някакъв начин са свързани с нея.

В настоящата статия разглеждаме малко познатата, но въпреки това винаги белязана с някаква стигма, роля на погребалния агент.

В хода на нашето изследване на преден план излязоха няколко проблема, касаещи мениджмънта на погребалния бизнес. Това ни помогна да осъзнаем съществуващия конфликт между погребалния агент, който е в позицията на по-силната страна, и опечалените, които са принудени да търсят неговите услуги поради трагично стекли се обстоятелства.

Ключови думи: погребална индустрия, роля на погребалния агент, мениджмънт на погребалния бизнес.

JEL: M10.

Увод

*„Всички организации се сблъскват с етични проблеми, независимо от това какъв е техният бизнес.“
(Крейн и Матен, 2016, с. 9).*

Правилното разбиране на въпросите от етично естество изисква един по-глобален подход. Въпреки че е невъзможно да дадем съвсем точни данни, приблизително 81 милиона души умират по света всяка година, а идеята за настоящото изследване е продиктувана от факта,

¹ alexandre.international@gmail.com

² Катедра „Мениджмънт и анализ на корпоративните ресурси“,
Икономически Университет, Познан, bartosz.marcinkowski@ue.poznan.pl

РОЛЯТА НА МЕНИДЖЪРА В БИЗНЕСА СЪС СПЕЦИАЛИЗИРАНИ...

че като цяло обществото знае твърде малко за погребалния бизнес. Хората не обичат да говорят за смъртта и поради тази причина на всяко изследване в сферата на погребалната индустрия се гледа като на проучване по една от най-трудните теми – табу.

Погребалните агенти „не могат да стимулират повече хора да умират, нито биха могли да ги насърчават да умират повече от веднъж“ (Каулинг, 2010). Какъв е тогава начинът за оцеляване и успех в една индустрия, където пазарните правила не важат?

Основната цел на тази статия е да покаже, че връзките с клиентите в сферата на погребалните услуги в Обединеното кралство са сложни както поради факта, че такива услуги се търсят в състояние на силен емоционален стрес, така и заради специфичната роля, с която е натоварен погребалният агент в такива случаи.

1. Погребалният агент в Обединеното кралство

„Това е тема табу, нали?“ (Хопууд, 1996).

В своята статия „Вчера, днес и утре. Жизнен цикъл на погребалната индустрия в Обединеното кралство“, Брайън Парсънс твърди, че в структурата на британската погребална индустрия са настъпили значителни промени. Въпреки сериозното пазарно присъствие на големи организации, които управляват погребалния бизнес централизирано, на пазара все още доминират семейните фирми, развиващи този бизнес. Брайън изтъква, че появата на големи организации „може да се обясни с редица настъпили социални и технически новости, като например все по-честият избор на кремация пред традиционно погребение и институционализирането на смъртта“. По-нататък авторът допълва, че „на възникването на централизирано управление в погребалния бизнес може да се гледа като на нововъведението с най-голямо стратегическо значение в страната“. На следващо място появата на големи специализирани организации в този сектор е продиктувана от два съществени проблема, с които се сблъскват малките фирми – семейната приемственост и бизнес проникателността, която е необходима в този бизнес. Това позволява на големите организации, които могат да се възползват

от икономии от мащаба, реализирани чрез централизирано управлявана широкомащабна дейност, да погълнат малките фирми в затруднено финансово положение (Парсънс, 1999).

Парсънс (1999) се спира на няколко съществени външни промени, които е претърпяла погребалната индустрия в Обединеното кралство:

1. Нарастващо предпочитание към кремацията, въпреки че същата губи своята популярност след християнизацията на Европа, тъй като религиозните водачи проповядват, че в деня на Възкресението ще бъде невъзможно да се възстановят телата на онези, които са били кремирани.

Делът на кремациите в Обединеното кралство към настоящия момент е 72.45% и един от най-високите в Европа. Каулинг (2010) изтъква, че нарасналото търсене на услугите на крематориумите за сметка на традиционните погребения спестява на Обединеното кралство близо 200 акра земя на година. Според Парсънс Законът за кремациите от 1952 г. и големият брой създадени крематориуми (1999, р. 129) са оказали съществено влияние върху ролята на погребалния агент и са направили възможно разрастването на капацитета на фирмите.

2. Промененото местонахождение на тялото на починалите от настъпването на тяхната кончина до сбогуването с тях, т.е. „мястото, където се съхраняват тленните останки до погребението или кремацията“ (Парсънс, 1999, с. 129).

„В исторически план, грижата за и попечителството над тялото на починалия са били дейност, с която се е занимавала съответната общност, (...) а семейният дом, където обикновено е настъпвала смъртта, е бил мястото, където тялото на покойника е оставало до погребението“ (Парсънс, 1999, с. 129). С времето, обаче, нещата започнали да се променят и както отбелязва Котридж (Котридж, 1933), след тридесетте години на 20 век телата на покойниците били съхранявани на място, различно от семейното жилище (например в обредния дом), вместо да бъдат връщани на близките преди погребението. Парсънс (1999, с. 130) нарича този процес „институционализиране на смъртта“ и отбелязва, че той става все по-осезаем поради редица фактори:

РОЛЯТА НА МЕНИДЖЪРА В БИЗНЕСА СЪС СПЕЦИАЛИЗИРАНИ...

– загрижеността на властите, че тялото на починалия може да представлява опасност за здравето на общността;

– непригодността на новия тип жилища в тях да бъде внесен и съхраняван ковчег;

– „настъпилите промени в междусъседските отношения“ (Хаулбрук, 1989, с. 234) и засилващата се тенденция към зачитане на личното пространство на отделното семейство.

Както по-късно обобщава Брайън, всичко това води до обстоятелството, че „много семейства с готовност преотстъпват отговорността за тялото на покойника на погребалния агент“ (Парсънс, 1999, с. 130). На практика прехвърлянето на тази отговорност и все по-големият контрол, който погребалният агент е в състояние да управлява върху погребението, му дават все повече власт. На първо място: „промененото място, с което се свързва смъртта – институционализирана среда вместо общността – предоставя на погребалния агент попечителски права, тъй като телата на починалите вече не се съхраняват в домовете им в интервала от настъпването на тяхната кончина до погребението“ (Парсънс, 2003, с. 73).

На второ място: *„Видно е, че все по-сложният мениджмънт в тази сфера вследствие на различни законови разпоредби, бюрократични формалности и възможности за избор придава все по-голямо значение на ролята на погребалния агент. Ето как засилващата се тенденция потребителите да търсят услугите на специалисти, които да се заемат с присъщите на едно погребение дейности, съсредоточава все по-повече контрол в ръцете на погребалните агенти“* (Парсънс, 1999, с. 131).

В своя анализ на новостите в погребалната индустрия в Обединеното кралство Парсънс (1999, с. 132) обяснява трудностите, с които се сблъскват малките семейни фирми в бизнеса, с проблема за приемствеността или по-точно, забелязваната вече липса на приемственост „въпреки просъществувалите поколения наред традиции в погребалната индустрия в Обединеното кралство“. По-нататък той изброява следните причини за настъпилите промени:

– социалната стигма, която тегне над професията, свързана със смъртта;

- ангажиментът за денонощно предоставяне на погребални услуги;
- отговорността, с която е свързано управлението на една малка фирма и нарасналите възможности за социална мобилност сред по-младите поколения (Абъркромби и др., 2000, с. 196);
- фактът, че дейността на една малка фирма обикновено предполага „по-ограничени възможности за кариерно израстване, по-голяма несигурност на работното място и по-ниско заплащане“, както отбелязва Гос (1991, с. 156);
- липсата на бизнес прозорливост, както и фактът, че повечето погребални агенти нямат бизнес-ориентирано образование, а възможностите, с които разполагат, за да разширят развиваната от тях дейност, са минимални (т.е. в рамките на предаваната като семейно наследство фирма).

2. Теоретични детерминанти на дейността на погребалния агент

*„В известен смисъл той е една много важна фигура и е факт, че не можем без неговите услуги.“
(Холууд, 1996, с. 14).*

Парсънс (2003, сс. 67–68) се спира и на вниманието, което получава дейността на погребалния агент през последното десетилетие на миналия век от страна на анализаторите. Както вече отбелязахме, вследствие на настъпилите промени в погребалната индустрия в Обединеното кралство, например нарасналият потребителски интерес към кремацията, „институционализирането на смъртта“ и преустановяването на традицията телата на покойниците да се съхраняват в семейното жилище до погребалната церемония, през тридесетте години на миналия век погребалните агенти във Великобритания започват да „поемат все по-голяма отговорност, особено по отношение на попечителството над и грижата за телата на починалите“. Едновременно с това

РОЛЯТА НА МЕНИДЖЪРА В БИЗНЕСА СЪС СПЕЦИАЛИЗИРАНИ...

расте и тяхното влияние. Брайън Парсънс отбелязва още, че „на погребалния агент като цяло се гледа като на лице, което разполага със специализирана техническа информация“.

Погребалните агенти са „посредници между опечалените и организациите, уреждащи подробностите около погребението или кремацията“. От друга страна, в публикувания от Каулинг „Наръчник за добро погребение“ (2010) става ясно, че най-пряко ангажирани с грижите около тялото на покойника са предимно неговите близки роднини и приятели. Според Каулинг е редно, именно те да имат най-голямо влияние, както и възможността да избират дали да се възползват от услугите на погребален агент или сами да организират погребалния обред и да уредят всички подробности с лицата, ангажирани в погребалния процес или кремация.

Според Парсънс (2003, с. 76) обаче погребалните агенти са лицата, най-пряко ангажирани с обгрижване на опечалените и затова биват наемани като агенти или „платени специалисти, докато клиентът просто дава нареждания в ролята си на възложител на определена работа“.

„При настъпил смъртен случай се търсят услугите на погребален агент, който да уреди всички подробности, свързани най-вече, но не единствено, с погребението или кремацията на тялото“. Ето защо „често се прави асоциация между личността на погребалния агент и обстоятелства, свързани със смъртта“ (Парсънс, 2003, сс. 67–68).

Уреждането на всички подробности около едно погребение изисква изпълнението на серия от добре планирани и координирани физически и административни задачи, при което се използват капиталоемки ресурси като специализиран персонал, специално оборудване и съоръжения, необходими за предоставянето на тази специфична услуга в кратък срок. Примери за някои от физическите задачи, с които е свързано едно погребение, са транспортирането на тялото на покойника, неговото балсамиране и привеждане във вид, подходящ за сбогване с опечалените, полагането му в ковчег, и отнасянето на ковчега до мястото на погребение или кремация. Уреждането на различните подробности около погребалната церемония (например начинът, по който

тя да протече; разговорите със служителите в гробищния парк или крематориума) са примери за административни задачи (Парсънс, 2003, с. 68).

3. Противоречивата роля на погребалния агент през призмата на емпиричните проучвания

Изследването, което проведохме, внесе яснота относно редица въпроси, свързани с погребалната индустрия във Великобритания, и позволи да бъдат открити няколко ключови момента в настоящата разработка. По време на нашето проучване се срещнахме с различни лица, които ни предоставиха информация за погребалната индустрия – 10 от срещите бяха осъществени в Обединеното кралство (Единбург, Бирмингам, Вашингтон и Нюкасъл), а една – в Полша (Вагровец). Някои от анкетите проведохме на живо по време на тези срещи, а други – по телефона, като анкетните листи бяха изпратени по електронна поща. Обект на подробен анализ в настоящата разработка са отговорите, които дадоха за нашата анкета г-жа Куинън (координатор в C10SR) и Чарлз Каулинг (ритуалчик на светски погребения, който проявява личен изследователски интерес към погребалната индустрия в Обединеното кралство).

Получените резултати показаха, че личността на погребалния агент е както обект на критика, така и фигура с подчертана обществена значимост. Видът на услугите, които предоставят погребалните агенти, се определя от съществуващото търсене. Както отбелязва Парсънс, през 20 век в Обединеното кралство настъпва индустриализиране на смъртните обреди дори в църковните среди.

Г-жа Куинън е категорична, че съществуващите сред обществото отрицателни нагласи към смъртта и погребалната индустрия следва да бъдат ясно разграничени от дейността на погребалния агент. Последният само предоставя вид специализирана услуга, подобно на лицата, предоставящи услуги в различни други сфери. Ето защо не

РОЛЯТА НА МЕНИДЖЪРА В БИЗНЕСА СЪС СПЕЦИАЛИЗИРАНИ...

бива да се гледа като на нещо неетично или незаконно на разпореждането с телата на покойните (за разлика от разпространението на наркотици, проституцията, търговията със смъртоносни оръжия и т.н.).

Този довод е сходен с тезата, че е необходимо да се промени традиционно отрицателната обществена нагласа към дейността на погребалните агенти и да се направи ясно разграничение между смъртта като явление и услугите, които предоставя погребалният агент. Нещо повече – отношението към неговата дейност следва да бъде изчистено от всякакви етични противоречия, тъй като при всички случаи е нужно, някой да се разпорежи с тялото на покойния – погребалният агент, близките или, в случаите, когато семейството не може бъде открито, местният общински съвет.

От разговорите с г-жа Куинън стана ясно, че погребалните агенти изпълняват своите служебни задължения в контекста на една изключителна тежка за опечалените ситуация. В такъв момент е възможно, търсещите погребални услуги да не са в състояние да вземат разумно решение, а специфичният характер на този тип услуги ги прави несъпоставими с всякакви други услуги. И тъй като хората рядко купуват скъпи продукти и услуги, сравненията между закупуването на погребални и друг тип услуги е лишено от смисъл.

Истината е, че като цяло клиентите нямат представа за обема на работата, която трябва да бъде свършена „зад кулисите“, но както правилно отбелязва г-жа Куинън: „дори и да имаха, дали те самите биха се наели с нея (особено ако починалият е тяхно дете или съпруга)?“ и продължава, че това е работа на погребалните агенти (които са професионалисти в предоставянето на специализирани услуги, свързани с грижата за телата на покойните) и поради тази причина са необходими във всяко едно общество. Според Каулинг (2010, сс. 17–22) в Обединеното кралство погребението е един от възможните избори за това, какво да се случи с тялото на починалия, но по закон с него следва да бъде разпоредено в рамките на определен срок.

От проведената с г-жа Куинън анкета става ясно още, че погребалният бизнес е една много чувствителна тема, що се касае до различните тълкувания за неговата етичност. Нерядко тази дейност се възприема като неетична, тъй като състоянието на силен стрес, в което се намират близките на починалия, лесно може да се превърне в предпоставка за злоупотреби и некоректно отношение. Въпреки това подобни обвинения следва да бъдат подкрепени с доказателства, преди да бъдат отправяни в общественото пространство. Ето защо въпросът, на който следва да се търси отговор, е: съществуват ли доказателства за неетично поведение от страна на погребалните агенти във Великобритания?

За да установи това, г-жа Куинън разглежда понятието „справедлива цена“ по начина, по който го тълкува Свети Тома Аквински. Етичният бизнес се основава на етичната практика да бъде извършена справедлива размяна на справедлива цена. За да разберем по-добре това понятие, е необходимо, най-напред да се запознаем подробно с всички отговорности и важната роля на погребалния агент в Обединеното кралство.

„Мнозина ще ви кажат, че погребалният агент се е справил отлично, че е направил всичко необходимо докато не им бъде изпратена високата сметка, която трябва да платят, когато вече няма да са на същото мнение. Погребалните агенти в Обединеното кралство нямат лошата слава на алчни експлоататори и е практика да посочат приблизителна цена за своята работа още преди погребението.“

Г-н Каулинг твърди, че обществото е твърде невежо относно работата на погребалния агент. Хората се страхуват от погребалните агенти и гледат на тях с неодобрение. Подобно отношение се засилва още повече в резултат на отрицателната нагласа към смъртта и силния гняв, който хората изпитват, когато изгубят свой близък (Хабенщайн, 1962; Кюблер-Рос, 1969; Парсънс, 2003).

В играта на надмощие между купувач и доставчик („ти не знаеш това, което аз зная“) двете страни разполагат с различна информация

РОЛЯТА НА МЕНИДЖЪРА В БИЗНЕСА СЪС СПЕЦИАЛИЗИРАНИ...

и се намират в две крайно различни състояния, поради което едната страна е изцяло зависима от другата. В погребалния бизнес клиентът е този, който разчита на погребалния агент, затова е необходимо да съществуват ясни етични правила. А дали наистина е налице подобна необходимост? Могат ли двете страни да си позволят неетично поведение?

„Повечето от нас не могат без тях; те изкарват прехраната си, вършейки това, което ние не можем; те са професионалисти в работата си, а в нея няма място за грешки.“
(Каулинг, 2010)

Заклучение

Нужно е да отчетем един основен факт – в морално отношение е неправилно да се злоупотребява с преимуществата, с които е свързана ролята на погребалния агент в неговите взаимоотношения с клиентите, а в търговско отношение е правилно, фирмите да развиват своята дейност. Би било стратегическа грешка за който и да е бизнес, да не преследва печалба, инвестиции или растеж. Погребалната индустрия е като всички останали, затова няма нищо неетично в това, тя да следва правилата на бизнеса. Всъщност е съвсем етично, някой да се нагърби с професията на погребален агент (работа, която за мнозина е немислима), балсаматор, производител на ковчези, служител в крематориум (особено като се има предвид стигмата, която тегне над професиите в погребалния бизнес), тъй като всички те работят в полза на обществото и се стремят да удовлетворят всички потребности на опечалените в тежкия миг на техния сблъсък със смъртта.

За отношенията между принципал и агент е характерна асиметричност на информацията (в този случай и по отношение на техните

знания, опит и власт). Тя е и класически пример, наред с присъщия конфликт на интереси, за основните характеристики на взаимоотношенията с всякакъв тип агенции. Такава асиметрия може да съществува и във връзката между клиент и погребален агент, където едната страна в много голяма степен е зависима от другата.

Когато обаче разглеждаме ролята на погребалния агент като лице, което предоставя услуги, закупени от клиентите в момент на дълбока скръб, следва да добавим огромната отговорност да се направи всичко възможно за пълното удовлетворяване на техните потребности, както и факта, че по този начин погребалният агент сменя от плещите на своите клиенти множество отговорности и тревоги в момент, когато те са изгубили свой близък.

В този смисъл погребалният агент не е просто лице, което продава определен вид професионални услуги. Той поема огромна морална отговорност, като най-добрите в бизнеса дори се стремят да надминат очакванията на своите клиенти.

Макинтайър (2018) потвърждава, че принципите на професионалната етика, които изброихме в направения обзор на съществуващата литература, се усвояват най-вече, когато се упражнява дадена професия и се влиза в различни взаимоотношения с други хора по време на нейното практикуване. Иначе казано, търговският успех в тази сфера е постижим само при зачитане на етичните ценности и доказано уважение към хората, общностите и околната среда.

Когато спазват правилата на бизнес етиката и търсят отговор на въпроса, какво е правилно и какво не е, хората, възнамеряващи да развият някакъв бизнес, вероятно няма да инвестират в индустрии, които са свързани с оръжия, токсични химикали, експлоатация на детски труд, хазарт, наркотици, порнография, тестване на различни продукти върху животни, тютюневи изделия, които са продукт на генно инженерство и т.н. Погребалният бизнес обаче не е свързан с никой от тези негативи и в неговата същност няма нищо лошо. Нещо повече, това е една крайно необходима индустрия, тъй като на всеки от нас в даден момент

РОЛЯТА НА МЕНИДЖЪРА В БИЗНЕСА СЪС СПЕЦИАЛИЗИРАНИ...

се налага да прибегне до нейните услуги. Ето защо тепърва предстои да се инвестира в погребалния бизнес, така че той да се развива и усъвършенства.

От друга страна, обичайните пазарни правила не важат, когато става дума за погребения. „Погребалният дом, колкото и да е хубав, не е в състояние да провокира желание за търсене на неговите услуги, нито да стимулира клиентите да се възползват многократно от тях – хората не могат да бъдат насърчавани да умират или да умират повече от веднъж“ (Каулинг, 2010). Ето защо търговският успех в този сектор зависи най-вече от добрата репутация, която погребалният агент гради чрез своето етично поведение и уменията да убеди своите клиенти във високото качество на услугите, които предлага.

Използвани източници

Abercrombie, N., Warde, A., Deem, R., Penna, S., Soothill, K., Urry, J., & Walby, S. (2000). *Contemporary British Society*. Wiley.

Cottridge, A. J. E. (1933). The professional undertaker and the public health. *Public Health*, 132–134.

Cowling, C. (2010). *The Good Funeral Guide: Everything You Need to Know -- Everything You Need to Do*. Bloomsbury Academic.

Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford University Press.

Goss, D. (1991). *Small Business and Society*. Routledge.

Habenstein, R. (1962). *Sociology of occupations: the case of the American funeral director*.

Hopwood, D. (1996). Funeral Marketing in the 1990s. *Pharaos International*, 62(1), 14–17.

Houlbrooke, R. A. (Ed.). (1989). *Death, ritual, and bereavement*. London ; New York: Routledge in association with the Social History Society of the United Kingdom.

Kübler-Ross, E. (1969). *On death and dying*.

Mac Intyre, A. (2018). *After Virtue: A Study in Moral Theory*, Second Edition. *Bibliovault OAI Repository, the University of Chicago Press*.

Parsons, B. (1999). Yesterday, today and tomorrow. The lifecycle of the UK funeral industry. *Mortality*, 4(2), 127–145. <https://doi.org/10.1080/713685969>

Parsons, B. (2003). Conflict in the context of care: an examination of role conflict between the bereaved and the funeral director in the UK. *Mortality*, 8(1), 67–87. <https://doi.org/10.1080/1357627021000063133>

Редколегия на сп. „Бизнес управление“

Красимир Шишманов – главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Никола Янков – зам. главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Иван Марчевски, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Ирена Емилова, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Любчо Варамезов, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Румен Ерусалимов, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Силвия Костова, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Международна редколегия на сп. „Бизнес управление“

Александру Неделеа – Университет „Стефан Велики“, Сучава, Румъния

Дмитрий Владимирович Чистов, – ФГОБУ ВПО Финансов университет при правителството на руската федерация, Москва, Русия

Йоана Панагорец – Университет Валахия, Търговище, Румъния

Йото Йотов – Драксел университет, Филадельфия, САЩ

Махмуд Ел Батран – Университет Кайро, Кайро, Египет

Наталья Борисовна Голованова – Московски технологически университет, Москва, Русия

Татяна Викторовна Орехова – Донецки национален университет, Виница, Украйна

Тадиа Джужич — Университет в Ниш, Ниш, Сърбия

Ян Тадеуш Дуда – AGH Университет за наука и технологии, Краков, Полша

Виктор Чужиков – Киевски национален икономически университет "Вадим Гетман", Киев, Украйна

Дадено за печат на 12.09.2018 г., излязло от печат на 21.09.2018 г.,
формат 70x100/16, тираж 40

© Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов,
ул. „Ем. Чакъров“ 2, тел.: +359 631 66298

© Академично издателство „Ценов“, Свищов, ул. „Градево“ 24

БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ

Стопанска академия
„Д. А. Ценов“ – Свищов

Година XXVIII, кн. 3, 2018

СЪДЪРЖАНИЕ

МЕНИДЖМЪНТ теория

АСПЕКТИ НА РАЦИОНАЛНОТО ПОВЕДЕНИЕ ПРИ УПРАВЛЕНИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

Гл. ас. д-р Елена Йорданова 5

МАРКЕТИНГ

СИМБИОЗАТА НА ИНТЕГРИРАНИТЕ ДИСТРИБУЦИОННИ СИСТЕМИ И СЪВРЕМЕННИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

Гл. ас. д-р Ваня Григорова 16

ИНФОРМАЦИОННИ технологии

ПРИЛАГАНЕ НА АРХИТЕКТУРНИЯ ПОДХОД ЗА ПРОЕКТИРАНЕ НА ЦИФРОВА ПЛАТФОРМА НА ПРИМЕРА НА АВИАЦИОННИЯ ХОЛДИНГ

Евгений Зараменских 33

МЕНИДЖМЪНТ практика

ЕВОЛЮЦИЯ НА РЕГУЛАТОРНАТА ФУНКЦИЯ НА ДЪРЖАВАТА В ИКОНОМИКАТА И „НЕВИДИМАТА РЪКА“ НА ПАЗАРА

Докт. Христо Цветанов 50

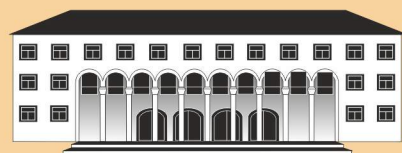
РОЛЯТА НА МЕНИДЖЪРА В БИЗНЕСА СЪС СПЕЦИАЛИЗИРАНИ УСЛУГИ

Александре Красимиров Барбуков

Бартош Марсинковски 68

ISSN 0861 - 6604

БИЗНЕС управление



ИЗДАНИЕ НА
СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ
„Д. А. ЦЕНОВ“ - СВИЦОВ

3/2018

БИЗНЕС управление 3/2018

КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ И АВТОРИТЕ НА СПИСАНИЕ „БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ“

Списание „БИЗНЕС управление“ публикува изследователски статии, методологически и методически разработки и прегледи, рецензии, опит.

1. Обем:

Статии: минимум - 12 страници; максимум – 20 страници;

Прегледи, рецензии, опит: минимум – 5 страници; максимум - 10 страници.

2. Депозирани на материалите:

- на хартиен носител и в електронен вид (по E-mail и/или на CD);

3. Технически характеристики:

- изпълнение Word 2003 (минимум);

- размер на страницата - A4, 29-31 реда и 60-65 знака на ред;

- разстояние между редовете 1,5 lines (At least 22 pt);

- шрифт - Times New Roman 14 pt;

- полета - Top - 2.54 cm.; Bottom - 2.54 cm; Left - 3.17 cm; Right - 3.17 cm;

- номерация на страницата - долу вдясно;

- текст под линия - размер 10 pt;

- графики и фигури - Word 2003 или Power Point.

4. Оформление:

- наименование на статията, име на автора, научна степен, научно звание - шрифт Times New Roman, 14 pt, с големи букви Bold - центрирано;

- наименование и адрес на местоработата; телефони за контакти и E-mail;

- резюме на български език в обем до 30 реда; ключови думи - от 3 до 5;

- JEL класификация на публикациите с икономически характер

(<http://ideas.repec.org/j/index.html>);

- основен текст (изложение);

- таблиците, графиките и фигурите се вграждат софтуерно в текста (да позволяват езикова корекция и превод на английски). Цифрите и текстът вътре в тях се изписват с шрифт Times New Roman 12 pt;

- формулите се създават с Equation Editor;

5. Правила за цитиране под линия:

При цитиране да се спазват изискванията на **APA Style (American Psychological Association)**, поместени тук: <https://www.uni-svishtov.bg/?page=page&id=71>

Всеки автор носи отговорност за отстояваните идеи, съдържанието и техническото оформление на своя текст.

6. Контакти:

Главен редактор: тел.: (+359) 631-66-397

Зам.-главен редактор: тел.: (+359) 631-66-299

Стилов редактор: тел.: (+359) 631-66-335

E-mail: zh.tananeeva@uni-svishtov.bg ; bm@uni-svishtov.bg

Адрес: Стопанска академия „Д. А. Ценов“, ул. „Ем. Чакъров“ №2, Свищов, България