

# Морето - граница или врата

От митовете и легендите за водата  
до синята икономика

Издателство "Бряг"  
Бургас, 2019 год.

*Настоящият сборник се издава благодарение и с подкрепата на проф. д-р Маруся Любчева - учредител на Черноморски институт - Бургас.*

Статии и изследвания от научната конференция "Морето - граница или врата. От митовете и легендите за водата до синята икономика", проведена 2018 год. в Бургас, България.

© Съставител: Маруся Любчева  
Научен редактор: Диана Радойнова  
Редактор: Николай Кожев  
Коректор: Гочо Гочев  
© Дизайн: Петър Пецин

ISBN 978-954-8752-36-7

Издавателство "Бряг" - Бургас  
Бургас, 2019

## МЕСТНИ ПАРТНЬОРСТВА ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА ЧЕРНО- МОРСКИ ЦЕНТЪР ЗА СИН РАСТЕЖ И ИНОВАЦИИ

*Проф. д-р Севдалина Турманова  
Заместник областен управител на Област Бургас  
Проф. д-р Маруся Любчева  
Черноморски институт - Бургас  
Руска Бояджиева  
Заместник-кмет Община Бургас*

На 31 октомври всяка година 16 милиона души от шест държави отбелязват Международния ден на Черно море. За тези държави морето е огледало на Световния океан с целия си потенциал и предизвикателства. Грижата за него е част от националните политики по свързаност и сигурност, част от усилието на регионите за непрекъснат и приобщаващ растеж, основен компонент на градските програми за подобряване на качеството на живот. На 31 май 2018 г., по време на 11-тото издание на Европейския морски ден в Бургас, представители на черноморските държави, както и Република Молдова, одобриха Декларация за ОБЩ МОРСКИ ДНЕВЕН РЕД ЗА ЧЕРНО МОРЕ (Декларация от Бургас), която отново постави фокуса върху сътрудничеството в Черноморския регион за създаване на обща морска програма с конкретни приоритети и действия в областта на транспортната свързаност, морския и крайбрежния туризъм, морското образование и обучение, морските изследвания и иновациите, морските инвестиции, защитата на морската среда, наблюдението и мониторинга на околната среда.

Градовете и регионите имат значимо място и следва да бъдат инициатори на дискусии, конкретни мерки и инициативи, които да бъдат част от морския дневен ред на Черно море.

Областна администрация - Бургас, Община Бургас и Черноморският институт, водени от амбицията да обединят представители на централната и местната власт, институциите, бизнес и граждански сектор, изследователи, хора, свързани с морето, в дебат за аспектите на интегрираната морска политика организираха кръгла маса на тема „Общ дневен ред за Черно море. Декларацията от Бургас“, посветена на Международния ден на Черно море. По време на събитието беше даден старт на иници-

ативата за създаване на Черноморски научно-технологичен център.

Мисията на Черноморския център трябва да бъде развиването на морската идея на България чрез осигуряване на научни изследвания, технологични решения и иновации в басейна на Черно море за постигане на устойчив син растеж. Безспорно целите на този център ще са свързани с интегрирането на научните изследвания и технологични решения за опазване на морската екосистема и развитие на технологиите в областта на морските ресурси и индустриите в Черноморския басейн.

Черно море е морски басейн, характеризиращ се с географски, биологически особености, специфич-



на ресурсност, принадлежащо на шест литорални държави, което го прави уникално не само за региона, но и за света. Формализираното отношение към Черно море като мост между изтока и запада, свързано с неговото географско стратегическо местоположение, не изчерпва неговото значение. В същото време обаче именно това доминира, когато се обсъждат негови проблеми. Черно море е уникална екосистема, която, от една страна, се нуждае от опазване, съхранение и устойчиво развитие, от друга страна, може да даде на хората важни ресурси, с които да се подобри качеството на живот не само за хората по крайбрежните зони, но и във вътрешността на страните. За целта е от изключително значение Черно море да бъде обект на системни научни изследвания по основните елементи на екосистемата - вода, почва, въздух, като се обърне сериозно внимание на приходящите водни потоци, дълбочинните водни слоеве, дъното и на възможностите за добив на нефт и газ, както и на ефективното и екологосъобразно използване на други морски ресурси - соли, рибни ресурси, аквакултури. Целенасочено трябва да се погледне и на въпроса за морския транспорт, който е и възможен замърсител, както и

туризма. Изучаването на Черно море е разпръснато в различни институции и организации. Неговите характеристики са разпределени между различни министерства, което затруднява систематизацията и носи негативи при определяне на параметрите за неговата защита и ефективно използване. Повече от очевидно е необходимостта от създаване на единен научноизследователски център за всеобхватно изучаване и изследване на Черно море. Стартирайки със задължителен мониторинг и организирайки работата на този център в съответствие с характеристиките на системата и изискванията за създаване на добра морска среда и ефективно планиране на морските територии, съблюдавайки индикаторите, определени от Европейските директиви.

Целенасоченото изследване на Черно море изисква подреждане на отделните зони и интегрирането на базите данни за всяка от тях в едно общо пространство, за да се осигури пълната им ползваемост. Следните задачи, някои от които са неотложни във времето, други са с по-широка времева перспектива, следва да бъдат предвидени за изпълнение:

- Създаване на изследователски лаборатории;
- Разработване на методология за мониторинг на елементите на морската среда;
- Разработване на системи и технологии за ликвидиране на замърсявания от нефтени разливи;
- Разработване на системи и технологии за борба с пластмасовите и други морски отпадъци;
- Разработване на технологии за ефективно използване на морски ресурси - соли, водорасли, луга;
- Изследване на биоресурсите на Черно море.

Структура на Черноморски център за син растеж:

- Управление;
- Финанси;
- Научни изследвания;
- Иновации и технологии.

В т.ч. лаборатории:

- води;
- биологична;
- биохимична;
- рискове.

Очаквани резултати от функционирането на Черноморския център:

- Разработване на системен механизъм за пълен мониторинг на морската среда;
- Разработване и приложение на технологии за добив на морски продукти;
  - водни разтвори и соли;
  - продукти от водорасли;

- продукти от черупкови (хитин и производни).

- Разработване технологии за опазване и развитие на морски видове (изчезващи видове, бяла мида);

- Създаване на козметични препарати;

- Създаване на системи за превенция на рискове.

В Бургас и региона съществуват различни организации и структури, чиято дейност може да бъде приета като база за развитие на Черноморския център за син растеж и иновации, в т.ч. Регионален академичен център на БАН, Лаборатория на ИОНХ на БАН, два университета, които развиват научни изследвания, касаещи морски проблеми: катедра „Технология на водата“ в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас и изследвания по кръговата икономика и синята икономика в БСУ, както и Сдружение „Черноморски институт“.

На територията на Бургас има изграден между-университетски център за управление на превенцията на риска в Черно море, а ежегодната Национална кръгла маса „Морето граница или врата“ издава единствен в страната сборник с доклади на морска тематика. Наличието на Професионална гимназия по морски и океански риболов, Югоизточен морски образователен център, Археологическо сдружение в Созопол, както и голяма по обем проектна дейност по проблемите на Черно море в региона, вкл. на Областна администрация, Община Бургас и Черноморски институт, са силен административен импулс за работа тази посока.

Областите на действие на този център могат да бъдат свързани с развиване и изграждане на изследователски инфраструктури и потенциал, както и създаване на партньорства на местни и регионално равнище. Популяризиране приоритетите на интегрираната морска политика в региона и подкрепяне на междусекторното сътрудничество, предлагане домакинство на различни институции, организации, форми на публично-частно партньорство, свързани с морската наука и технологичния сектор, разработване на инструменти в подкрепа на сини иновативни проекти и идеи, създаване на е-инфраструктура за достъпност на информацията и изследванията са само част от полето за действие на Черноморския център.

На 31 януари е подадено предложение към Европейския фонд за морско дело и рибарство (ЕФМ-ДР), Синя икономика, за финансова подкрепа на проектната идея. Тя е подкрепена от Община Бургас.

гас, Областна администрация - Бургас, Черноморски институт - Бургас. Наши партньори са Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас, Морски университет - Констанца, Румъния, Университет “Аристотел” - Солун, Гърция, High Med Tech - Бургас и ENOVA H2O.

Основните дейности, заложен в проектното предложение, са свързани с:

- Изграждане на капацитет за взаимодействие между местните заинтересовани страни (проучвания, анализи и публични събития);

- Създаване на местни центрове за иновации и син растеж в три региона на Черно и Средиземно море: Бургас, Констанца и Солун;

- Проектиране, внедряване и изпитване на интегрирана технология за аквапоника. Дейности, свързани с т.нар. “аквапоника” - отглеждане на риби, аквакултури, зеленчуци и храни;

- Използване на морските ресурси за по-добър живот;

- Привличане на местна рибарска група, която е създадена на територията на областта;

- Реализиране на научни изследвания;

- Комуникация и разпространение на резултатите от проекта, за да се осигури едновременно видимост на проекта и принос на ЕС за повишаване на осведомеността за отговорната аквакултура.

Цялостното управление и координация на този проект се основава на концепцията за създаване на платформа с много заинтересовани страни за взаимодействието на ключови участници в морските дейности в регионите партньори.

Една от първите изследователски задачи, които си постави международният екип и които са залегнали в предложението за финансиране на Черноморския център, е проектиране, внедряване и изпитване на интегрирана технология за аквапоника, заедно с дейности, свързани с т.нар. “аквапоника” - отглеждане на риби, аквакултури, зеленчуци и храни.

Аквапоник е комбинирана дума от аквакултури и хидропоника. Аквапоничните системи са форма на рециркулираща хидропоника, която възпроизвежда биологичните цикли на водоемите на земята. Аквапониката е устойчива микро- екосистема с контролирана околна среда.

Рибите отделят амоняк чрез урината си и в малка степен чрез хрилете си, както и чрез твърдите екскременти, съдържащи различни хранителни съставки. В традиционните системи за аквакултури тези отпадъци се изхвърлят в околната среда, кое-

то създава много отрицателни последици, свързани със съвременното индустриално производство. В аквапониката целта е биологично да се усвояват тези отпадъчни материали по начин, който спестява вода, оказва ниско въздействие върху околната среда и осигурява необходимите минерални хранителни вещества за растенията, отглеждани в хидропоничната подсистема.

Това е един съвременен начин за намаляване на замърсяванията в морската и водната среда, защото е неоспорима истина, че морските отпадъци на една държава могат да достигнат до крайбрежията на друга и международното сътрудничество е от ключово значение за справяне с този проблем.

Черно море е световно благо и общо наследство, което оставяме на бъдещите поколения, а влошаването на състоянието на морските екосистеми са заплахи за човешкото здраве. Установяването на надеждни системи за предотвратяване и управление на замърсяванията, особено в бързо развиващите се икономики, е от съществено значение за недопускането на отпадъците от всички видове в Черно море.

## ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА В ЧЕРНОМОРСКИЯ РЕГИОН

Любомир Кючуков  
Директор на Института за икономика и между-  
народни отношения

Основното предизвикателство пред страните от Черноморския регион от доста време насам може да се формулира като възстановяване на нормалността. Динамиката на процесите в постсъветското пространство, конфликтът в Украйна и изострянето на напрежението между Русия, от една страна и САЩ, ЕС и НАТО - от друга, доведе до рязко свиване на идеите и перспективите за Черноморския регион, разглеждан единствено и само като поле на конфронтация, като сигурността доминира и до голяма степен измести всички останали аспекти на междудържавните двустранни и регионални отношения. А отсъствието на диалог извън проблемите на сигурността (където пък диалогът на практика бе прекъснат) само по себе си генерира допълнително напрежение и води до нова спирапа в неговата ескалация.

Това определя и неговите основни днешни характеристики: пряка линия на конфронтация от типа „студена война“; наличие на много замразени конфликти (Абхазия, Северна Осетия, Нагорни Карабах, Приднестровието, Източна Украйна); непосредствената близост до основните международни конфликтни зони, „горещи“ точки на напрежение и реални военни действия: Сирия, Ирак, Афганистан, както и до оперативното поле на „Ислямска държава“.

Очевидно при наличието на толкова много линии на съприкосновение на конфликтни интереси подходът за търсене на стабилизация на региона следва да бъде интегрален, а инструментът за решаване на проблемите може да бъде само политически. На първо време това означава поне две неща: диалог и мерки за възстановяване поне на минималното доверие. От тази гледна точка като първа стъпка за търсене на позитивни алтернативи на сегашното развитие на процесите би следвало дебатът да не се ограничава само в плоскостта на отношенията ЕС-Русия, а да се види комплексът въпроси в региона като цяло. Което пък от своя страна предполага дискусиите да се оттласнат от чистите констатации и погледа назад, а да се опитат да търсят решения на проблемите с поглед напред. С други думи, да се

отиде отвъд отговора на въпроса „кой е виновен?“, на който ние в Европейския съюз и Русия имаме еднозначни - и коренно противоположни отговори, а да се опита да формулираме идеи по посока на решенията „какво да се прави?“.

При продължаващата ескалация на напрежението в Черноморския регион възможните сценарии за развитие на процесите в средносрочна перспектива не дават основание за позитивни очаквания (изключително интересен от тази гледна точка е анализът на американския мозъчен тръст RAND Corporation от 2018 г. относно перспективите за новия регионален ред в постсъветската част на Европа<sup>1</sup>). И най-вече - не сочат пътя за решаване на проблемите, доколкото всички досегашни политически действия са съсредоточени в полето на конфронтацията. През призмата на регионалните конфликти в региона и преди всичко на този в Украйна, определящ в най-голяма степен динамиката на противопоставянето, биха могли най-общо да се групират четири евентуални посоки на развитие:

Сценарий „Застой“. Това би означавало на първо място въздържане на всички страни в конфликта - на национално и международно ниво - от предприемане на едностранни действия, имащи потенциала да предизвикат нова активна фаза на конфликта, като същевременно опитите за намиране на решение (включително през призмата на изпълнението на договореностите в минското споразумение) продължават да не бележат съществен напредък. Самата идея е свързана с разбирането, че ако няма едностранни действия от нито една от страните, поне ще се избегне ескалацията на напрежението. Тук от ключово значение е отговорът на въпроса: възможно ли е статуквото да бъде поддържано - и удържано? Отговорът в средносрочен план е по-скоро „не“, отколкото „да“. Защото при липса на реалистичен и достижим хоризонт за трайно уреждане на конфликта всяка динамика на терен ще води по-скоро до нови напрежения. Включително ще продължи въоръжаването, доколкото всяка от страните ще търси гаранции за защита на своите интереси единствено в сферата на укрепване на сигурността си, а не в политическия диалог. Като резултат: няма да има съществени стъпки към уреждане в краткосрочна перспектива, ще продължи конфронтация при относително ниска интензивност, много лесно може да се предизвика нова

1. Getting Out from “In-Between”: Perspectives on the Regional Order in Post-Soviet Europe and Eurasia. RAND Corporation. Santa Monica, Calif. 2018.



ескалацията. С други думи, рисковете се запазват на достатъчно високо ниво при отсъствието на импулси за по-позитивна динамика.

Сценарий „Замразени конфликти“. До голяма степен той се припокрива с първия сценарий, като съществена разлика е в това, че страните на практика не виждат или не желаят да търсят възможност да се ангажират с реални действия по решаване на конфликта, ангажирайки се основно с позиционни политически маневри - в национален и международен план. Тук въпросът е дали ще се намали напрежението в Украйна, ако конфликтът се замрази. На първо място не е сигурно, доколко това е постижимо. Освен това подобен развой би стимулирал вътрешната консолидация на всяка една от страни в противопоставянето ѝ на другата, което би направило още по-трудно дори започването на нов диалог за намиране на съвместно решение. По-скоро това би способствало за намирането на такъв модус вивенди, при който Източна и Южна Украйна (с помощта на Русия) ще продължат да развиват свои паралелни икономически и социални системи на тези на централната власт в едно неустановено от практическа гледна точка състояние (макар и при формално призната от всички, включително и от Русия, тяхна принадлежност към Украйна). Подобно развитие би могло да има своята политическа логика единствено ако: първо, е необходимо допълнително време, за да се пристъпи към конструктивен политически диалог - но няма основания да се смята, че към момента именно липсата на време пречатства такъв диалог; второ, ако се очаква Русия да не издържи на санкциите и да бъде принудена икономически и политически да снесе подкрепата си от сепаратистките региони - но всичко сочи, че по-скоро се случва обратното: външният натиск консолидира руското общество в подкрепа на президента Путин, респективно помощта за сънародниците зад граница се превръща в национална кауза. Резултатът от подобно развитие ще бъде по-скоро циментиране на проблема и постепенно „привикване“ и акомодиране към подобен статут (както сочи и примерът с другите замразени конфликти в постсъветското пространство, отколкото евентуално създаване на условия за по-спокоен диалог с оглед намирането на съвместно решение.

Сценарий „Победа“. При този евентуален сценарий от ключово значение е дали дори теоретично е възможно едностранно решение на конфликта чрез постигане на военна победа. В едната посока

това би означавало силово връщане на Донецка и Луганска област под контрола на властите в Киев, в другата - евентуално разширяване на зоната на конфликт и извън тези области в посока Крим. Най-очевидното следствие от подобен подход на първо място би било многото нови жертви, включително и цивилни и от двете страни. Опитите за такъв тип решение, дори и от отделни местни формирания извън контрола на противостоящите страни, може да изправи пред директен сблъсък дори глобалните актьори, включително ангажиране на НАТО и Русия. А евентуален опит за завоюване обратно на Крим по военен път (което едва ли би могло реално да се очаква) би означавало на практика война с Русия, доколкото тя разглежда полуострова вече като своя територия. В крайна сметка може да се каже, че това е един непостижим (и има основание да се надяваме - немислим) сценарий.

Сценарий „Едностранни отстъпки“. При този сценарий въпросът е: може ли да се очаква, че Русия ще направи значими отстъпки, за да излезе от международната изолация, или че Украйна ще направи същото в името на обратното приобщаване на Донецк и Луганск? При наличие на демонстрирана воля за намиране на политическо решение на конфликта възможността от незначителни едностранни отстъпки от всяка една от двете страни по относително периферни въпроси не следва да се изключва - но само като предварителни действия с оглед ангажирането в съдържателен двустранен преговорен процес. Дори и при най-оптимистичното развитие на процесите евентуални едностранни прояви на добра воля биха имали отношение единствено в контекста на търсенето на някаква позитивна динамика в ситуацията с Югоизточна Украйна. Каквито и да било едностранни отстъпки по отношение на Крим са изключени и от двете страни. Такова развитие би могло да се очаква единствено в рамките на по-широк процес на международно разведряване, като резултатът би бил евентуалното леко намаляване на напрежението - но само ако процесът е двустранен и има перспектива за прерастването му в ангажиран политически диалог за намиране на цялостно решение на кризата.

В обобщен вид може да се направят няколко базисни извода. Първо, Крим ще остане дългосрочен източник на напрежение, който ще блокира намирането на каквото и да било решение и който има потенциала да взриви сигурността на региона. Решението на въпроса с Крим очевидно ще трябва

да се търси в друга, по-дългосрочна времева перспектива, обусловена от промяна на международния климат като цяло. Второ, няма алтернатива на политическия диалог. Опитите за силови решения извън преговорите само ще задълбочат конфликта. Трето, само съвместно договорени и стриктно изпълнявани мерки могат да доведат до постепенно намаляване на напрежението. Единствените позитивни стъпки досега са Минските споразумения - постигнати в резултат от политически диалог, с международен ангажимент и посредничество. Естествено, за да водят те до практически резултат, споразуменията трябва да се изпълняват (и от двете страни), но това е единственото съществуващо споразумение, което формулира някакви правила на играта и най-важното - което на този етап поне доведе до спиране на военните действия.

Ключовият въпрос обаче остава: постижим ли е съдържателен позитивен диалог? От гледна точка на динамиката през последните години може достатъчно категорично да се твърди, че ситуацията в Украйна (а и в Черноморския регион като цяло) не бележи позитивно развитие, респективно - не се повишават шансовете за провеждане на ангажирани преговори с цел намаляване на напрежението и търсене на дългосрочни решения на конфликтите. С други думи, от актьорите на терен и регионалните играчи засега отсъстват положителни импулси. От друга страна, в редица страни в Европа вече се наблюдава умора от ескалацията на напрежението и от липсата на позитивен хоризонт за прекратяване на конфронтацията. Посещенията на германския канцлер Меркел, френския президент Макрон, българските президент и премиер Радев и Борисов в Москва в рамките на по-малко от месец непосредствено след преизбирането на руския президент Путин свидетелстват, че необходимостта от диалог се осъзнава достатъчно ясно. Същевременно има достатъчно влиятелни глобални, регионални и национални фактори, които не са заинтересовани от намаляване на противопоставянето и търсенето на компромисни решения.

В анализ на немската фондация „Фридрих Еберт“<sup>2</sup>, с която Институтът за икономика и международни отношения организира два поредни регионални дебати по темата (Varna Forum: Thinking

Together - през 2015<sup>3</sup> и 2017<sup>4</sup> г.), се очертават възможните стъпки и подходи с оглед постигането на три ключови цели: подновяване на диалога, възстановяване на доверието, възвръщане на сигурността. Самото постигане на напредък по която и да било от тях е изключително трудно - и това само по себе си не е ревелация. В този смисъл се прави изводът, че работещ може да бъде само подходът „стъпка по стъпка“. Като задължително първоначално условие би следвало да се създадат условия страните да се ангажират в процес - защото не може да се очаква каквото и да било еднократно усилие да доведе до сериозен пробив. На следващо място - да се създадат „острови на сътрудничество и структуриран диалог“. Като начало - в сферата на възвръщане на поне минималното доверие, като тези стъпки не следва да се обвързват с каквито и да било предварителни условия. В тези рамки да се идентифицират „острови“ (сфери) на взаимен интерес (не свързани директно с урегулирането на конфликтите), за да може страните постепенно да се ангажират със сътрудничество на глобално и регионално равнище (включително с оглед възстановяване на договореностите за избягване надпреварата във въоръжаването и контрола върху конвенционалните оръжия). В резултат на това постепенно да се инициира и утвърди структуриран диалог в конкретни области и по конкретни въпроси. Всичко това в контекста на основния въпрос - възстановяването на европейската сигурност като обща и неделима.

Може ли всичко това да проработи? Поне си струва да се опита. Историческият опит показва, че едва ли е задължително да се премине през „Ялта-2“, за да се стигне до „Хелсинки-2“.

2. Krumm, Reinhard. Europe's Security Governance and Transatlantic Relations: The West, Russia and Europe's Security Order. Friedrich Ebert Stiftung, Regional Office for Cooperation and Piece in Europe. Vienna, November 2016.

3. Thinking Together Varna Forum: The Balkan-Black Sea Crossroads – New Departures? The Balkan-Black Sea Space – Recurrent Periphery or Regional Security Platform? Conference Documentation. Friedrich Ebert Stiftung. Sofia, 2015.

4. Thinking Together Varna Forum 2.0: The Black Sea - Confrontation Or Cooperation? Conference Documentation. Friedrich Ebert Stiftung. Sofia, 2017.



## СТРАТЕГИЯТА “СИН РАСТЕЖ” В КОНТЕКСТА НА БЪЛГАРСКОТО ПРЕДСЕДАТЕЛСТВО НА СЪВЕТА НА ЕС. БУРГАСКА ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ЧЕРНОМОРСКИЯ РЕГИОН

Нели Кирилова

Университет “Корвинус”, Будапеща, Унгария

В контекста на Българското председателство на Съвета на Европейския съюз (ЕС) през първата половина на 2018 г. Бургас бе домакин на Европейския ден на морето. В развитие на стратегията на ЕС “Син растеж” бе приета Декларация на министрите за общо морско планиране в Черноморския регион, наречена още “Бургаска декларация” от 31.05.2018 г. Сред основните ѝ приоритети са: здравословна среда в Черно море, стимулираща устойчив растеж и инвестиции; свързаност с цел социално-икономически напредък; устойчиво използване на морската среда; екосистема; морски изследвания и иновации; транспорт и туризъм. Въпреки целите за подобряване на комуникациите между страни в състояние на конфликт, липсва специално внимание, насочено към разрешаване на зреещите в региона международни конфликти, по-конкретно между конкуриращите се геополитически сили Русия, Турция и Запада в лицето на ЕС.



Източник: ВВС

Настоящата разработка анализира приемането на Бургаската декларация по стратегията “Син

растеж” на Европейския съюз (ЕС), както и последвалата Бургаска визия, в контекста на Българското председателство на Съвета на ЕС 2018 и предстоящото Румънско председателство 2019. Като основни фактори на развитието ѝ се разглеждат геополитическото разположение на двете страни и позиционирането на Европейския съюз спрямо постоянното състояние на геополитическа надпревара за надмощие в Черноморския регион между Русия и Турция, пораждащо нестабилност, конфликти и кризи.

Потенциалът за предотвратяване на регионалните конфликти и устойчиво поддържане на мира в региона е изследван в рамката на предложените в Стратегията меки мерки за черноморско сътрудничество. По-конкретно, разгледани са варианти за устойчиво поддържане на мира чрез разработване на младежка политика, съвместно социално-икономическо развитие, околна среда, култура и образование, предвид съществуващите до момента инициативи на ЕС за съвместна дейност на страните от региона.

*1. ЕС в общия геополитически план на Черноморския регион. Роля на България.*

Черноморският регион в геополитически план представлява поле за съревнование между две основни сили - Русия и Турция. Западът се намесва в региона чрез влиянието на САЩ/НАТО и Европейския съюз. След разпадането на Съветския съюз през 1991 г. за предотвратяване вакуум на властта Русия и Турция се обединяват в организацията за Черноморско икономическо сътрудничество (ЧИС). Разположен в сърцевината на геополитическа надпревара за влияние (Mackinder, 1904), сред основните предизвикателства за Черноморския регион са политическата нестабилност, замразените конфликти и кризи. През последните тридесет години неразрешени конфликти и военни сблъсъци съществуват в териториалните единици Нагорни Карабах, Южна Осетия, Абхазия, Транснистрия и Крим. Основни противодействащи сили са Русия-Грузия, Русия-Молдова, Русия-Украйна, Азербайджан-Армения.

Политиките и стратегиите, които Европейският съюз има до момента към Черноморския регион, включват: Черноморска синергия от 2007 г., ревизирана през 2008 и 2015г., резолюция на Европейския парламент от 2011 г. и Морски форум. Предложението за резолюция на Европейския парламент през 2013 г. относно устойчивия растеж в морския сектор, морския транспорт и туризма в ЕС подчертава важността на синия растеж, мор-

ските умения и заетостта, биотехнологиите, добива на полезни изкопаеми, рибното стопанство, синята енергия, научните изследвания и иновации, пространственото планиране и интегрираното крайбрежно управление. От 2017 г. са организирани поредица от експертни срещи, посветени на изследвания и иновации в Черноморския регион. Финансирането на черноморски проекти е основно през програмите на ЕС: Инструмент за сътрудничество преди присъединяване (Instrument for Pre-accession Assistance), Хоризонт`2020, Инструмент за сътрудничество на европейското съседство. Освен това ЕС е със статут на наблюдател в две регионални организации, ЧИС и Комисията за защита на Черно море от замърсяване.

Най-новите инициативи на ЕС в региона включват: годишна конференция за синя икономика, проведена в Букурещ 2014 г., София 2015 г., Одеса 2016 г. и Батуми 2017 г. Шестте крайбрежни страни, заедно с Молдова, изготвят общ Черноморски план за след 2019 г., основно финансиран от "Син растеж". Други регионални инициативи на ЕС са: Черноморско трансгранично сътрудничество, Черноморски форум на неправителствените организации, Черноморски хоризонт 2009 - 2014.

Сред актуалните дейности на Европейския съюз, насочени към запазване на международната стабилност, предотвратяване на конфликти и изграждане на мира, спадат конференции и политики за справяне с климатичните промени и активно ангажиране на младежки лидери. По време на конференцията "Младеж, мир и сигурност" през май 2018 г., организирана от Европейската служба за външна дейност (ЕСВД) в Брюксел, в панела "Младежко включване в предотвратяване на конфликти и поддържане на мира", бе дискутирана възможна стратегия за регионален подход на ЕС, включваща три основни стъпки. Първо, пренасочване от глобален към регионален подход, идентифициращ вида конфликт и нивото на задълбоченост. Общият регионален контекст гарантира общо разбиране за същността и причините за конфликта. Второ, ангажиране на младежки лидери от противоположни конфликтни групи в общи образователни и културни програми допринася за изграждане на взаимно разбиране и доверие. Трето, за устойчиво поддържане на мира е необходимо вече обучените младежки лидери да бъдат включени в управлението на националните им държави или в наддържавни организации. Дългосрочната им ангажираност в управленските структури на националните прави-

телства би гарантирала устойчиво поддържане на мира, за което обаче понякога е необходимо международно овластяване на младите хора, за което Европейският съюз би могъл да съдейства. Тази стратегия се подготвя глобално в резултат на Резолюцията на Съвета за сигурност на ООН UNSCR 2250. Обмисля се прилагането ѝ в световен мащаб, като един от регионите, които засяга, е именно Черноморският регион.

В рамките на Европейския съюз държавите членки, пряко засегнати чрез териториален достъп до Черноморския регион, са България и Румъния. Двете са част от НАТО след 2004 г. и от Европейския съюз след 2007 г. Оттогава главни кризи в региона са войната в Грузия от 2008 г., анексирането на Крим от Русия през 2014 г. и миграционната криза 2015 г. след сирийската война, засягаща външните граници на ЕС и Турция. Поради пряката си заинтересованост от поддържане на мира и стабилността в региона естествено е България и Румъния да са двете основни страни, разработващи политиките на Европейския съюз спрямо региона. Една от най-значимите такива възможности е Председателството на Съвета на Европейския съюз, което се случва в рамките на половин година за всяка държава членка на ротационен принцип. За България възможността бе в първата половина на 2018 г., за Румъния предстои в първата половина на 2019 г.

*2. Стратегията "Син растеж" в контекста на Българското председателство на Съвета на ЕС 2018. Бургаска декларация.*

Българското председателство на Съвета на ЕС се състоя в периода януари - юни 2018 г. По отношение на протичащите геополитически и социално-икономически процеси ще разгледаме как постиженията му се отразиха на съществуващата стратегия на ЕС "Син растеж" и изготвената по време на Председателството Бургаска декларация. Настоящата глава дискутира още степента на присъствие на Черноморския регион като приоритет на Българското председателство на Съвета на ЕС и причините за това.

За изпълнение на Председателството бе създадено Министерство на българското председателство със 70 административни служители, като общият брой служители в страната и извън нея бе 1550, а общият брой доброволци и стажанти - 1670. Девизът на Председателството бе "Съединението прави силата", съответстващ на надписа на Народното събрание и герба на страната. Основните приори-

тети бяха младежка политика, Западни Балкани, сигурност и стабилност, дигитална икономика. Основни цели бяха подобряване на сигурността, солидарността и стабилността в ЕС чрез консенсус, конкурентоспособност и кохезия.

Министърът на Председателството във финалната си реч подчерта постиженията на общите цели за Председателство на гражданите, формиране на новия бюджет на ЕС, напредък по отношение на социалните и банковите политики, Валутния съюз и Енергийния съюз, повишаване сигурността, стабилността, ефективната справедливост, иновационни решения за дигитална икономика, икономически растеж, конкурентоспособност и младежка политика. Като постижения са отбелязани още бъдещето на Европа, започнатият дебат за многогодишна финансова рамка, постигнатото съгласие и затворени правни файлове за младежка политика, завършеното законодателство за предстоящите избори за Европейски парламент 2019 г. По отношение на сигурността и стабилността постигнатите резултати включват засилен контрол и управление на границите, системи за обмен на информация за лица с произход от трети страни, информационни системи "Шенген", съгласувана индустриална програма на ЕС за военен капацитет. Относно цифровизацията на Европа са затворени девет от тринадесетте правни файла, наследени от естонското председателство. Постиженията в социалната политика се отнасят към координация на социалните осигуровки, баланс между професионален и личен живот, както и прозрачност на условията на труд. Относно Западните Балкани постиженията включват проведената среща на ЕК от 17 май 2018 г., подписаната Софийска декларация с приоритетен дневен ред за перспективата на Западните Балкани на ЕС, инвестиции в свързаност и ползи за гражданите.

Напредъкът към Западните Балкани се отнася индиректно към другия съседен за страната регион, а именно Черноморския регион и ролята на България като външна граница на ЕС. Конкретните стъпки към Черноморския регион по време на Председателството включват приемане на Бургаската декларация и Бургаската визия, документи по стратегията "Син растеж". В контекста на Европейския морски ден 2018 г., отбелязан в Бургас, черноморските министри изразиха подкрепа за регионално морско сътрудничество в областите транспорт, околна среда, изследвания и иновации. В резултат на това се прие Бургаската декларация "Към общо

морско планиране за Черно море". В допълнение бе изготвен документът „Бургаска визия“, чрез който Европейският съюз подкрепи морските изследователи и политици в крайбрежните на Черно море страни с цел дефиниране приоритети за иновации по стратегията "Син растеж".

Бургаската декларация от 31 май 2018 г., приета и подписана в България, включва морско сътрудничество чрез регионална собственост и местни инициативи. Подчертава общите морски предизвикателства, актуални за всички черноморски страни. Отличава крайбрежните индустрии, търговията, морската околна среда, чистотата и пълноводността на реките като двигател за национални и регионални икономики, координирания регионален подход, суверенните права, специфичната природа на всяка държава и екологичните предизвикателства пред морето като катализатор на общия устойчив растеж. Областите на общо сътрудничество включват здравословна черноморска среда за повишаване на инвестициите, подобряване свързаността за повишаване на социално-икономическите ползи, ранно планиране за влияние на околната среда, необходимост от устойчиво използване на морските ресурси и поддържане на добър екологичен статут, устойчивост на екосистемата, общностите и икономиките в региона. Специално внимание получава приноса за морски изследвания, иновации за устойчиво развитие и интеграция на знание за морето.

По-конкретно Бургаската визия за "Син растеж" с насоченост изследвания и иновации в Черноморския регион, препоръчва изготвянето на обща визия за продуктивно, здраво, устойчиво, гъвкаво и добре оценено Черно море до 2030 г. Целта ѝ е засилено свързване на черноморските общества чрез ново знание, технологии и услуги. Цели подобряване на човешките ресурси и инфраструктурата в региона, изграждане на крайбрежен, крайморски и морски сектори за отключване на възможности за устойчив и благоприятен за околната среда "Син растеж". Основна цел е развитието на план за стратегически изследвания и иновации, който да направлява изследователи, академични и финансиращи агенции. Черно море е идентифицирано като общ ресурс, най-богатият на безкислородни въглеродни сулфати морски басейн на Земята. Като потенциални рискове са посочени замърсяването, морският транспорт, климатичните промени и бреговете рискове.

В резултат стратегията "Син растеж" в Черноморския регион представлява ръководство и подкрепа за регионалните правителства, частни инвес-

титори, търговски и индустриални асоциации, изследователски институти и университети, както и широката публика относно възможностите за ангажиране в синя икономика и морски дейности. Приоритетите са разпределени между интегрирана морска политика, син растеж, синя икономика и потенциал за син растеж в Черноморския регион.

*3. Противоречия и перспективи - как предвид геополитическата обстановка Бургаската декларация за Черноморския регион да е ефективна в рамките на ЕС?*

Напредъкът на България в ЕС в контекста на съседство със Западните Балкани и Черноморския регион е предизвикателство за страната. Геополитическото ѝ положение се отразява забавящо за изпълнение изискванията на ЕС. Но геостратегическото ѝ положение създава възможността България да бъде силен и доверен партньор на ЕС за интеграция на страните от Западните Балкани и Черноморския регион.

Сред основните предизвикателства на стратегията "Син растеж" в Черноморския регион в контекста на Българското председателство на Съвета на ЕС е да обедини два ключови за комуникацията с региона подхода - меката сила на влияние и международната сигурност и стабилност. Меката сила е регулирана чрез общо развитие на синята икономика, околната среда и сътрудничеството на страните с прилежащи територии по крайбрежието на Черно море. Другата обаче, далеч по-значима задача за ЕС, е да осигури платформа за комуникация между държавните глави на страните в Черноморския регион, които продължително поддържат замразени конфликти помежду си или разпалват кризи на сигурността при съревнование за власт и надмощие. За разрешаване на геополитическите трудности добра стратегия е обединяването около общия интерес на морска икономика и околна среда. България като една от двете страни в ЕС с прилежащи крайморски територии на Черно море е сред основните действащи актьори. Въпреки че насочи по-голямата част от усилията си по време на Председателството към сближаване отношенията на ЕС със Западните Балкани, потенциалът за страните от Черноморския регион остава значителен.

Предвид нестабилната геополитическа обстановка в Черноморския регион сред основните приоритети на ЕС към момента би следвало да бъде постигане на стабилност и запазване на мира. За целта е необходимо всички партньори да бъдат включени дългосрочно в меки методи на сътруд-

ничество, повод за което дава Бургаската декларация. Освен това обаче е необходимо надграждане на създадената през 2007 г. от ЕС Черноморска синергия, с прилагане на по-съвременни политики. Именно такива са инвестицията в млади хора за преодоляване на съществуващите конфликти и кризи, както и засилен фокус към преодоляване на общите екологични и социално-икономически предизвикателства.

От една страна, в рамките на Българското председателство на Съвета на ЕС основен приоритет бе младежката политика, докато предприетите действия по отношение на "Син растеж" са конкретно насочени към развитие на околната среда и икономиката в Черно море. От друга страна, резултати в ЕС са постигнати по отношение на младежката политика за сигурност и мир с насоченост младежко включване в предотвратяване на конфликти и изграждане на мира в резултат от Резолюцията на Съвета за сигурност на ООН (UNSCR) 2250. Въпреки ползотворните усилия в тази насока, липсва обединение на стратегиите, а именно конкретно ангажиране на младежите за справяне със съществуващите международни конфликти и кризи.

Следователно е необходимо синхронизиране между действията на страната председател и общите действия на ЕС спрямо региона, в което синхронизиране меките сили за комуникация да бъдат конкретно обвързани с поддържане на мира и гарантиране на сигурността. В допълнение към съществуващите мерки практичен подход е ангажиране на младите хора и младежките лидери като бъдещи управници на националните си правителства именно в общи градивни действия за страните от региона. Това предполага включване на младежки политики, култура и образование в интегриран подход за развитие на стратегията на ЕС Черноморска синергия и надграждане Бургаската декларация за Черноморско развитие на "Син растеж".

*4. Заключение и препоръки. Как конкретно ще бъдат развити политиките на ЕС в тази насока зависи от обновяването на Черноморската синергия, последователността на общите европейски стратегии и приноса на Черноморския форум на неправителствените организации.*

От ключово значение е доколко Румънското председателство на Съвета на ЕС 2019 ще приеме Черноморския регион като приоритет и ще го развива, както и следващите тенденции в Европейския морски ден, който ЕС планира да проведе през 2019 г. в Лисабон.



Най-важно за ЕС е поддържането на последователност и постоянство в действията и политиките спрямо Черноморския регион. За България, съответно като страна член на ЕС, задължително е да подкрепи общите политики на ЕС към региона. Но също като представител на региона нейно задължение е да инициира най-актуалните и приложими за регионалната реалност политики, които да бъдат развити и приложени в Европейския съюз.

*Източници:*

Доклад относно “Син растеж” - подобряване на устойчивия растеж в морския сектор, морския транспорт и туризма на Съюза (2012/2297(INI)), 06/2013 <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2013-0209+0+DOC+XML+V0//BG>.

Black Sea Cross Border Cooperation, <http://blacksea-cbc.net/> (12/2018).

Black Sea Horizon, 2009 - 2014 <https://blacksea-horizon.eu/object/document/318>.

Black Sea NGO Forum, <http://www.blackseango.org/> (12/2018).

Black Sea Synergy (2007) A New Regional Cooperation Initiative, Commission of the European Communities, [http://eeas.europa.eu/archives/docs/enp/pdf/pdf/com07\\_160\\_en.pdf](http://eeas.europa.eu/archives/docs/enp/pdf/pdf/com07_160_en.pdf).

Burgas Declaration (2018), Ministerial Declaration “Towards a Common Maritime Agenda for the Black Sea”, [https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/maritimeday/sites/mare-emd/files/burgas-ministerial-declaration\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/maritimeday/sites/mare-emd/files/burgas-ministerial-declaration_en.pdf).

Burgas Vision Paper (2018), A Blue Growth Initiative for Research and Innovation in the Black Sea, [https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/maritimeday/sites/mare-emd/files/burgas-vision-paper\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/maritimeday/sites/mare-emd/files/burgas-vision-paper_en.pdf).

EU Neighbours East 2013-2014 <https://www.euneighbours.eu/en/east/stay-informed/projects/support-regional-programmes-eastern-partnership-black-sea-synergy-and>.

European Commission, Maritime affairs, Integrated maritime policy, Sea basin regional strategies: Black Sea [https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/sea\\_basins/black\\_sea\\_en](https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/sea_basins/black_sea_en) (12/2018).

European Commission, Maritime Forum, Basins, Black Sea research and Innovation, <https://webgate.ec.europa.eu/maritimeforum/en/frontpage/98> (12/2018).

European External Action Service (2016), Black Sea Synergy [https://eeas.europa.eu/diplomatic-network/black-sea-synergy/346/black-sea-synergy\\_en](https://eeas.europa.eu/diplomatic-network/black-sea-synergy/346/black-sea-synergy_en)

Facility for Blue Growth in the Black Sea, <https://blackseablueeconomy.eu/>.

Figure1. BBC, <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-24367705> (12/2018).

Mackinder, H.J. (1904). The geographical pivot of history. The Geographical Journal, vol.23, No.4, pp.421-437.

Ministry of the Bulgarian Presidency of the Council of the EU (2018), Bulgarian Presidency Progress and Achievements, <https://eu2018bg.bg/en/priorities>.

Kirilova, N. (2018), ‘Youth Inclusion for Conflict Prevention and sustaining peace’. In EU Conference on Youth, Peace and Security, Brussels, 23-24 May, European External Action Service, p.18 [https://cdn5-eeas.fpfis.tech.ec.europa.eu/cdn/farfuture/9kfJq\\_y0HP6\\_ALwZA4V0WV6XAPfUpsyOR-tbDb\\_Ngfs/mtime:1530625471/sites/eeas/files/summary\\_report\\_-\\_eu\\_conference\\_on\\_youth\\_peace\\_and\\_security\\_0.pdf](https://cdn5-eeas.fpfis.tech.ec.europa.eu/cdn/farfuture/9kfJq_y0HP6_ALwZA4V0WV6XAPfUpsyOR-tbDb_Ngfs/mtime:1530625471/sites/eeas/files/summary_report_-_eu_conference_on_youth_peace_and_security_0.pdf).

UNSCR 2250, Introduction, Youth4Peace, <https://www.youth4peace.info/UNSCR2250/Introduction> (12/2018).



## ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ - СТРАТЕГИИ И ВЪЗМОЖНОСТИ

Люба Желева

Преките чуждестранни инвестиции (ПЧИ) са една от основните форми на външно-икономически отношения, даващи възможност за повишаване на конкурентоспособността на икономиката и разширяване на възможностите за финансиране. Тяхното проявление и възможности и условията за привличането им се разглежда като част от макроикономиката на държавата от редица български учени. Проф. Искра Христова-Балканска разглежда притока на ПЧИ в България след приемането ни като страна членка на ЕС. В изследванията ѝ са анализирани предпоставките и пречките за привличането на ПЧИ, тяхната динамика, структура и разпределение по отрасли. Проф. д-р Велко Маринов разглежда систематизирано основните теоретични модели за ПЧИ, анализирайки връзката между инвестициите, икономическия растеж и отвореността на икономиката.

Един от факторите, който би могъл да спомогне за увеличаване на чуждестранни инвестиции, е подобряването на общата инвестиционна среда в България. За постигането на това са необходими не малко условия, като премахването на редица административни тежести и пречки и най-вече оптимизиране на процесите по управление на средствата от европейските структурни фондове, съпътствано с осигуряване на достатъчен ресурс за изпълнението им. Държавните институции провеждат политика за подобряване работата на администрациите, реализирани са редица стъпки в посока насърчаване развитието на частния бизнес, бизнес инкубаторите и трансфера на технологии към производствения сектор. Добър пример за това е изготвеният проект на Закон за стратегическо планиране на Република България, който съдържа механизми за изпълнение на дългосрочната визия за развитие на държавата - Национална програма за развитие България 2030.

Рисковете, свързани с икономическия растеж в България, могат да се диференцират като външни и вътрешни. Икономическата активност в ЕС, тенденциите в енергийното развитие и обемът на

преките чуждестранни инвестиции са ключови външни аспекти на прогнозата за растеж. Увеличаването на производителността, ефективността, иновативността и експортната ориентация на българските предприятия са фундаментални вътрешни фактори, които са в състояние да определена степен да компенсират последствията от влошаващите се показатели на демографските процеси.<sup>1</sup>

*Същност на преките чуждестранни инвестиции. Влияние върху растежа на икономиките.*

Преките чуждестранни инвестиции са източник за финансиране на дефицита в текущата сметка на платежния баланс, тъй като те не създават допълнителни дългове. Нарастването на външните инвестиции, съчетани с вътрешните, води до подобряване на макроикономическото равновесие.

Факторите, оказващи влияние върху потоците ПЧИ, биха могли да се разделят на „традиционни“ и „нетрадиционни“. Към първия вид спадат: размерът на националните пазари, качеството на инфраструктурата, наличието на определени знания и умения, възможностите за правене на бизнес. Към „нетрадиционните“ спадат създаването на нови източници на конкурентоспособност на фирмите и укрепване на съществуващи такива.

Привличането на ПЧИ зависи основно от фактори като размер на пазара, равнище на работните заплати, данъчно облагане и други показатели, оказващи влияние върху производствената структура и икономическия растеж. ПЧИ дават предимства на вътрешните производители що се касае до специфични знания за развитие на съответен отрасъл, водещи до производството на заместители на чуждестранни продукти, както и до и до квалификация на работната сила. Създадената връзка между местната и чуждестранната компания, носител на инвестициите, съдейства за повишаване ефективността и ефикасността на производството, развитие на сравнителните му предимства, трансфера на технологии и развитие на отраслите, ориентирани към износ.

Някои изследователи, като Питър Бъкли от университета в Лийдс, разделят ПЧИ в три основни форми:

- Хоризонтални - в тези случаи фирмата изнася и развива в чужда страна същата дейност, като тази, която извършва в собствената си страна;

- Вертикални - при този вид само отделни етапи от дейността биват изнесени в други страни с цел

1. Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност 2014-2020“.

доближаване до източници на суровини или до дистрибуция;

- Конгломерат - тази форма се характеризира с изнасяне на нов бизнес, който не е свързан с основния за предприятието. Този вариант е по-рядко срещан и неpreferred поради съчетанието от едновременно навлизане на нов пазар и разработване на нова дейност. Сама по себе си тази форма изисква изработката на две алтернативни стратегии за интернационализация и диверсификация.

Друго разделение на формите на ПЧИ включва така нареченото „навлизане на зелено“ и поглъщане (сливания и придобивания). При първата форма фирмата стартира всички елементи на дейността си във външна страна от самото начало.

Глобализирането на икономическите дейности и премахването или ограничаването на правните и регулаторни ограничения върху международните бизнес операции създават среда, благоприятстваща създаването на по-сложни структури с цел получаване на оптимални ползи от инвестициите или по-ефективно управление на средствата и свързаните с тях дейности. Това усложняване и отчитането на факта, че много често границата между ПЧИ и другите видове инвестиции се размива, налага нуждата от по-прецизно отчитане. Последващият процес на промени в правилата за подобряване на статистическите измерители за ПЧИ води до въвеждане на нови техники през 2008 година в 4-то издание на OECD Benchmark Definition of FDI. В него се определя световният стандарт за статистика на ПЧИ. Част от основните техники за определяне размера на ПЧИ са:

- Принцип актив/пасив - при това изчисление се разглеждат данните за платежния баланс, международните инвестиционни позиции и статистиката за националните сметки. Данните се извличат от всички предприятия независимо от техния характер, влияние и контрол. В анализа влизат всички средства, преминаващи през компаниите, включително и „транзитно преминаващият“ капитал през дъщерните дружества, което е неподходящо от гледна точка определяне на влиянието и контрола. Вземането в предвид на транзитните средства позволява завишаване на глобалните суми и изкривяване на показанията за ПЧИ.

- Принцип на посоката - когато инвестиционните потоци от и към дадена страна отразяват само пропускането или кръговото движение на преките инвестиционни фондове, те могат да не представляват интерес за анализатора.

Преките чуждестранни инвестиции оказват въздействие върху повишаване нивото на производителност. Те съдействат за подобряване цялостната ефективност на промишлеността, както и за разпространение на ефекта за повишена производителност над местните фирми.

Положителното отражение възниква, когато производителността на местните предприятия се подобрява на база достъп до водещи технологии използвани от чуждестранните филиали, намиращи се в страната. Този достъп може да се определи като преливане на полза. От друга страна, чуждото присъствие би могло да донесе и негативни последици. В случаите на въвеждане на по-евтини и конкурентни продукти на местните пазари от чуждите компании то местните производители могат да се окажат изтласкани поради невъзможност да се съревновават.

*Преки чуждестранни инвестиции в България - политики за привличане и национално законодателство.*

Привличането на чуждестранни инвестиции в страната е резултат от икономическото развитие на икономиката и наличието на рентабилни инвестиционни възможности. Фактор за икономически растеж не са паричните потоци от ПЧИ, които съответно увеличават БВП в страната, а натрупването и създаването на капитал – физически, човешки и институционален – който обуславя увеличението на производителността на труда. Техническото обновление и натрупването на капитал в икономиката се финансират чрез спестявания в икономиката, т.е. отлагане на днешното потребление с цел инвестиране в рентабилни производства и бъдещо потребление и привличане на спестявания от чужди икономики, т.е. привличане на чуждестранни инвестиции.<sup>2</sup>

Увеличаването на потоците от ПЧИ у нас се дължи на комбинираното въздействие на редица фактори като приватизацията, урегулирането на законовите разпоредби, данъчната политика и др., които са част от традиционните детерминанти, определящи поведението на чуждестранните инвеститори. Приемането ни в ЕС също повишава доверието на задграничните инвеститори в потенциала на българската икономика. Чуждестранните инвеститори все още се затрудняват от бюрокра-

2. „Относно инвестиционната среда в България и стратегиите за привличане на чуждестранни инвестиции“ - Адриана Младенова, Димитър Чобанов, извлечено от [http://ime.bg/pr\\_bg/253-2.htm](http://ime.bg/pr_bg/253-2.htm).

тични, лицензионни и в някои случаи корупционни практики, както и от остарялата инфраструктура на страната.<sup>3</sup>

Делът на преките чуждестранни инвестиции, проследен с натрупване от 2004 г. до 2010 г. и изразен в проценти, показва големи различия в районите от ниво 2: Северозападен район - 2,32%, в Северен централен район - 3,69%, в Североизточен район - 9,51%, в Югоизточен район - 12,34%, в Южен централен район - 7,50%, в Югозападен район - 64,64%. Северозападният и Северният централен район изостават чувствително от другите райони, относително добре са Североизточният и Югоизточният райони, но Югозападният район превъзхожда близо два пъти всички други райони, взети заедно. Увеличава се делът на ПЧИ в сектори като търговия и транспортни услуги, строителство, банково и застрахователно дело, хотелиерство и туристически дейности и др.

Следващи по размер на генерирани ПЧИ са Североизточен и Югоизточен район, които заемат водещо място в развитието на туризма сред районите от ниво 2 в страната. Водещи центрове в Североизточен район са градовете Шумен и Варна, където поради наличието на университети са създадени добри условия за привличане на млади хора и за осигуряване на квалифицирани кадри. В Югоизточен район водещи области по привличане на ПЧИ са Бургас (транспортна дейност), Стара Загора (инвестиции в промишлеността и енергетиката), следвани от Област Сливен (преработваща промишленост и винопроизводство).

В Южен централен район ПЧИ се реализират в сектори като преработваща индустрия, търговия и транспортни услуги, строителство и развитие на сезонни туристически дейности, като водещи области са Пловдив и Хасково. Развитието на туризма има все по-голямо значение за икономиката и заетостта в района поради благоприятните природни фактори, културно-историческото наследство и изградената в значителна степен туристическа база и инфраструктура.

На последни места сред районите от ниво 2 в страната по привличане на ПЧИ са Северен централен и Северозападен район. Неравномерното разпределение на ПЧИ и инвестициите в дълготрайни материални активи по райони от ниво 2 в страната се запазва през последните години. Това

се дължи на съсредоточаването им в силно урбанизирани, с добре развита инфраструктура зони в близост до столицата и големите градове в районите. Съществува ясно изразена диференциация между развитието на столичния град и останалите области в районите.<sup>4</sup>

След 2007 г. ПЧИ в България започват да бележат сериозен ръст през годините, като в периода след 2010 г. поддържат сравнително близки нива, а най-високи са стойностите през 2017 г.

По-голямата част от инвеститорите са привлечени от възможността да намаляват разходите си поради евтината работна сила и така да печелят конкурентни предимства. Други се установяват с цел проникване на пазари в съседни държави, използвайки настаняването си на българския пазар като изходна точка към Балканския регион или към Средния изток. В България преобладават дребните чуждестранни инвеститори, като производството е “на ишлеме”, а стоките се изнасят в други държави.

Внасянето на чуждестранни инвестиции в една държава неизменно оказва благоприятно влияние върху условията за живот чрез ръст на икономиката. Изследванията показват, че преките чуждестранни инвестиции в периода до 2007 г. могат да бъдат определени като основен източник на икономически растеж в България чрез прякото им въздействие върху брутния вътрешен продукт, разкриването на нови работни места и стимулирането на трансфера на технологии, управленски и организационни знания.<sup>5</sup> Това влияние може да бъде проследено и в годините след това.

Едно от условията за осигуряване на положителен ръст на инвестициите е създаване и поддържане на благоприятен инвестиционен климат в страната. Членството на България в НАТО и ЕС, фиксираният курс на националната валута към еврото, благоприятният размер на данъците, географското разположение, климатът, природата и още редица фактори спомагат за оформянето на среда, благоприятна за инвестиране. Важен приоритет на политиката в областта на развитие на инвестирането продължава да бъде намаляването на административната и регулаторната тежест и създаването на добри условия за инвестиции за местни и чужди предпри-

3. Христова-Балканска, И., Привличане на преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ) в България, Студии за ускорено развитие, БАН, Горекспрес 2007, стр. 85-93.

4. Национална програма за развитие: България 2020.

5. Радулова, А., „Въздействие на преки чуждестранни инвестиции върху инвестиционна активност на икономическите субекти в страната“, извлечено от [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2984907](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2984907).

ятия. Премахването на задължението гражданите и бизнесът да удостоверяват информация, налична в държавната администрация, както и въвеждането на принципа на мълчаливото съгласие, са част от предвидените държавни мерки в тази насока. Част от основните фактори, оказващи благоприятно влияние върху вземането на решение от страна на инвеститорите, са:

- 10% корпоративен подоходен данък;
- от 01.01.2009 г. за инвестиция в размер над 10 млн. лева годишно корпоративният данък се претостъпва изцяло за срок от 5 години за извършвана дейност в селското стопанство, преработващата промишленост, производството, високите технологии и инфраструктурата;
- 0% данък печалба за 142 общини (от общо 264) с безработица над средната;
- 50% годишна амортизационна норма за нови машини и оборудване, компютри и софтуер;
- 0% данък върху капиталовата печалба;
- 5% данък върху дивидентите от 01.01.2008 г.;
- намаляване на осигурителната тежест с над 10 процентни пункта;
- държавата - трети осигурител от 2009 г. по схемата 8:10:12;
- 10% пропорционален данък върху доходите на физическите лица от 2008 год.

Държавната политика по насърчаване на инвестициите е в компетенциите на Министерството на икономиката. Създадена е Дирекция „Икономически политики за насърчаване“, чиито основни цели и задачи включват:

- участва в координацията и мониторинга на провежданата политика за насърчаване на инвестициите при взаимодействие с другите централни и териториални органи на изпълнителната власт и с Българската агенция за инвестиции;
- организира, координира и участва в провеждането на политиката за по-добро регулиране в сферата на стопанската дейност и повишаване конкурентоспособността на българската икономика;
- участва в диалога с представителите на инвеститорската общност по въпросите на инвестиционната политика;
- съдейства за реализирането на инвестиционни проекти, включително като осъществява координация и поддържа връзки с потенциални чуждестранни инвеститори съвместно с Българската агенция за инвестиции и др.<sup>6</sup>

6. Извлечено от <https://www.mi.government.bg/bg/departments/ikonomicheski-politiki-za-nasarchavane-28-1.html>.

През май 2015 г. Министерството на икономиката създава работна група за идентифициране на основните пречки пред инвестициите в страната. Вследствие на изготвен от нея анализ се извеждат 14 проблемни области, част от които са пряко свързани с инвестиционния процес. За пример могат да бъдат дадени времето за плащане на данъци, несъгласуваност на административните процедури, свързани с реализацията на инвестиционните намерения и забавяне при предоставяне на услугите от централната и местната администрация, често променящо се законодателство, административни процедури във връзка с международния стокообмен и съпътстващи разходи при внос и износ и други.

За осигуряване на стандартна и съвместима среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса продължава усъвършенстването на централните системи за електронно управление и на процесите за предоставяне на електронни административни услуги. Изготвеният проект на ЗЕИ цели постигането на по-висока степен на ефективност на функционирането на електронното управление в България, ориентирано към гражданите и бизнеса; осигуряването на подходящо равнище на сигурност на електронните трансакции и оперативна съвместимост на средствата за електронна идентификация. Фокус в усилията за намаляване на бюрокрацията ще бъде поставен и към унифицирането на общинските услуги.<sup>7</sup>

В съответствие с основната задача на Лисабонската стратегия ЕС да стане „най-конкурентоспособната, основана на знанието и динамично развиваща се икономика в света, способна на устойчив икономически растеж, с повече и по-добри работни места и по-голяма социална стабилност“ в периода 2005-2010 година основен стратегически документ, касаещ инвестиционната политика на страната ни, е Стратегията за насърчаване на инвестициите в Република България. Документът е приет с Протокол № 26.38 на Министерски съвет от 30.06.2005 г. Разглеждайки темповете на растеж на Световната икономика в периода 2000-2004 година, както и на националната ни икономика в период 1997-2000-2004 година, Стратегията си поставя за основна цел „повишаване на конкурентоспособността на българската икономика и постигане на стабилен и устойчив икономически растеж чрез насърчаване на инвестициите“<sup>8</sup> и допуска запазване на посо-

7. Европа 2020: Национална програма за реформи, Актуализация 2016 г.

8. „Стратегия за насърчаване на инвестициите в Репу-



ката на икономически и социални реформи, които да доведат до разкриване на нови възможности за стопанско развитие и нарастване на благосъстоянието на населението. Част от очакваните измерими резултати от постигане изпълнението на стратегията е постигане на ръст в обема на инвестициите - местни и чуждестранни. След приключване на периода на действие на стратегията и нейното отчетено изпълнение не е изготвен нов планов документ, който да продължи изпълнението на политиката на страната ни в тази насока. Въпреки заявените позиции по стартиране подготовката на такъв документ от страна на бивши министри, както и на настоящия изпълнителен директор на БАИ все още липсва официално отвърдена стратегия за периода до 2020 г.

През май 2017 година Министерството на финансите публикува актуализация на Националната програма за реформи, фокусирана върху идентифицираните от ЕК прекомерни макроикономически дисбаланси. Документът отбелязва ръст на икономиката за 2016 година с 3,4%, което е над средното за ЕС и предвижда ръст до 3,2%, движен основно от частното потребление и инвестициите в периода 2018-2020 г. Отчетено е и изпълнение на половината от предвидените в приетия през май 2016 г. от Министерски съвет План за действие с мерки, адресиращи основните проблемни области, възпрепятстващи нарастването на инвестициите.

Условията и редът за насърчаване на инвестиции на територията на Република България, дейността на държавните органи в областта на насърчаване на инвестициите, както и тяхната закрила са уредени със Закон за насърчаване на инвестициите както и Правилник за прилагането му. В периода 1992-1997 г., преди да бъде приет новият закон, действа Закон за насърчаване и закрила на инвестициите, който урежда условията и реда за извършване на инвестиции в страната от чуждестранни лица.

Основните цели на новия закон са:

1. Повишаване конкурентоспособността на българската икономика чрез нарастване на инвестициите за научни изследвания, иновации и технологично развитие в производства и услуги с висока добавена стойност при спазване принципите на устойчивото развитие.

2. Подобряване на инвестиционния климат и

преодоляване на регионалните различия в социално-икономическото развитие.

3. Създаване на нови и високопроизводителни работни места.

Законът ясно класифицира инвестициите, определя условията, на които трябва да отговарят те, за да бъдат сертифицирани, и регламентира стимулите в зависимост от класа сертифицирани инвестиции. В глава втора от Закона за насърчаване на инвестициите е определена държавната политика в областта на инвестициите, като се възлага осигуряването на провеждането ѝ на министъра на икономиката, областните управители и кметовете. За подпомагане на министъра в осъществяване на тази му дейност се създава и Българска агенция за инвестиции (БАИ). Наред с определяне на органите, осъществяващи политиката за привличане на инвестиции, се прецизират и техните компетенции и функции. С една от промените през 2013 г. се дава възможност на кметовете на общини да оправомощават кметовете на райони и кметовете на кметства да изпълняват функциите по осигуряване провеждането на политиката за насърчаване на инвестициите на територията на общината.

*ПЧИ в българските общини- стратегии и възможности.*

Общинските планове за развитие са основните стратегически документи за развитие на всяка една община. Като такива те са съобразени с целите и задачите на всички останали стратегически документи, разработени в общината с цел създаване на обща рамка за устойчиво и интегрирано развитие, както и поставяне на алгоритъм от последователни действия за постигането му. Част от тези политики е и развитието на икономиката в общините и привличане на инвестиции.

От 265 общини в България едва 14% имат изработени наредби за насърчаване на инвестициите с общинско значение.<sup>9</sup> Съгласно изискванията на Закона за насърчаване на инвестициите и на Правилника за прилагането му тези наредби определят условията и реда за насърчаване на инвестициите с общинско значение, издаването на сертификат клас В и прилагането на мерки за насърчаване на инвестициите. Основните цели на всяка от тези наредби са насочени към повишаване на конкурентоспособността на икономиката на общината чрез насърчаване на инвестициите в научни изследвания, иновации и технологично развитие в производства

блика България“, Приета с Протокол № 26.38 на Министерския съвет от 30.06.2005 г., стр.20, извлечено от <http://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=375>.

9. Източник: официалните интернет страници на общините в България.



и услуги с висока добавена стойност, подобряване на инвестиционния климат и създаване на нови и високопроизводителни работни места. Насърчаването на инвестициите по тези наредби е предвидено да се извършва основно чрез:

- административно обслужване в съкратени срокове и индивидуално административно обслужване;

- продажба или възмездно учредяване на ограничено вещно право върху имоти - частна общинска собственост, без търг или конкурс по пазарни или по-ниски цени;

- продажба или възмездно учредяване на ограничено вещно право върху терени без търг или конкурс по пазарни или по-ниски цени с изградена довеждаща техническа инфраструктура публична общинска собственост.<sup>10</sup>

Останалата част от общините, които не са изготвили и приели наредби, касаещи привличането на инвестиции, са предприели подход за определяне на тези условия в стратегическите си планове за развитие или в други планови документи. Като пример може да бъде разгледана община Септември, която има разработен стратегически документ „Политика за привличане на инвестиции в община Септември за периода 2014-2020 г.“. Този документ има за цел да определи насоките и приоритетите за устойчиво стопанско развитие на общината. Посочените в документа данни показват ръст на ПЧИ в периода от 2008-2010 година, спад през 2011 г. и сериозен ръст през 2012 година, когато привлечените чуждестранни инвестиции са почти 13 млн. евро.

Данните за ПЧИ по области показват, че водещи в развитието си продължават да бъдат Варна, Бургас, Пловдив и София, докато области като Монтана, Кюстендил и Силистра се задържат в дъното на таблицата.

Област	ПЧИ за 2007 г. в хил. евро	ПЧИ за 2015 г. в хил. евро	ПЧИ за 2017 г. в хил. евро
Варна	1144852	1760956	1946023
София област	799997	1274063	1464101
Бургас	772097	1704391	1887318
Пловдив	652991	1592531	1895015
Стара Загора	580458	1023382	905946
Перник	232106	178901	204136

10. [http://www.sozopol.bg/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6756:2013-06-14-17-25-32&catid=242:2013-11-11-17-50-38&Itemid=179](http://www.sozopol.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=6756:2013-06-14-17-25-32&catid=242:2013-11-11-17-50-38&Itemid=179).

Русе	171784	337023	374815
Плевен	165855	282478	226473
Благоевград	134446	446364	474397
Търговище	125870	204743	244815
Враца	123925	85676	108893
Шумен	123179	103319	107798
Пазарджик	118275	486356	505856
Сливен	107846	90251	139289
Хасково	101622	105335	102671
Разград	88227	104855	152460
Ловеч	79555	147443	114073
Велико Търново	78801	121708	134034
Габрово	68785	284368	326309
Добрич	66132	202893	270243
Кърджали	64598	176317	256162
Видин	45038	77842	73043
Силистра	29694	28803	36013
Смолян	29323	83063	82920
Кюстендил	15671	42027	42782
Ямбол	11812	79030	50680
Монтана	11427	27354	38191

Като основен стратегически документ общинският план е в съответствие с областната стратегия за развитие, съответстваща на регионалната стратегия, която пък от своя страна съответства на Националната стратегия за развитие.

Област Бургас е на трето място по размер на ПЧИ за 2015 година след София град и област Варна. Сравнено с 2007 година, се отбелязва сериозен ръст в рамките на 932 294 хиляди евро. Бургас запазва третото място и през 2017 година. Областта включва 13 общини. Преглед на общинските планове за развитие на тези общини за периода 2014-2020 година показва, че по-голямата част от тях предвиждат като основни дейности за привличане на чуждестранни инвестиции подобряване на инфраструктурата, повишаване на административния капацитет и обслужването на бизнеса, както и създаване на публично-частни партньорства. Едва 23% от общините в Бургаска област предвиждат като част от мерките за привличане на инвестиции участие в бизнес форуми и реклама на общината като място за развиване на бизнес. Също толкова са и общините избрали данъчните преференции и облекчения като инструмент за привличане на инвеститори. Най-често срещаните стратегически

цели включват „устойчив икономически растеж“, балансирана общинска икономика“ или „развитие на конкурентоспособна икономика“. За съжаление в част от стратегическите документи липсва конкретика в предвидените мерки и дейности за постигане на така заявените цели. Любопитно е решението на община Руен, която като част от дейностите по мярката „Повишаване на инвестиционната активност на общината и подкрепа на местния бизнес“ предвижда „...Разработване на активна програма за промотиране на свободни къщи и имоти, подходящи за второ жилище, както и за привличане на хора от третата възраст от страните членки на ЕС“. Прави впечатление, че почти всички общини в областта са насочили своето внимание към развитието на три основни сектора: туризъм, селско и горско стопанство. С изключение на областния център, само три други общини са посочили като част от осигуряване на подходящи условия за привличането на инвестиции създаване на зони за локализация на бизнес.

Община Айтос, наред с общините Бургас, Каме-но, Созопол, Средец и Руен, е част от „икономически център Бургас“. Над 70% от наетите в цялата Област Бургас са съсредоточени в този икономически център.

Визията за развитие на община Айтос е залегнала в основния стратегически документ - общински план за развитие: „Община Айтос - проспериращ общински център и привлекателно място за живот, инвестиции и бизнес, с висок стандарт на живот, съхранена природна, културна и околна среда.“ Стратегическите цели са четири на брой и обхващат развитие на конкурентоспособна икономика, подобряване на инфраструктурата, социално развитие и подобряване на административния капацитет. Предвидените мерки за подобряване на икономиката чрез използване на местния потенциал са описани дейности като: подкрепа развитието на частния бизнес и подпомагане предоставянето на бизнес услуги, свързани със стартиране на нов бизнес. Насърчаване на инвестиционната активност - според документа се планира да се постигне чрез развитие на зони за локализация на бизнеса, активно участие на общинската администрация като партньор на бизнеса и привличане на инвестиции чрез установяване на трайни бизнес партньорства за развитие на ПЧП. Макар и не определени като носещи принос към подобряване на инвестиционната среда, сред останалите приоритети и мерки в стратегията за развитие се забелязват и такива, имащи отношение към повишаване квалифика-

цията или преквалификация на учениците, тоест създаване на кадри за развитие на определен тип бизнес. С оглед наличието на съответните училища в общината се подготвят кадри само в две насоки: туризъм и селско стопанство. Съобразно основните отрасли, които се развиват на територията на общината: селско стопанство, дърводобив и хранително-вкусова промишленост, кадрите съответстват изцяло на профила на бизнеса, но липсата на подготвени кадри в други сфери силно ограничава възможностите за инвестиции извън тези отрасли.

Анализ на програмата за реализация на плана за развитие показва липса на готовност по всички мерки, целящи постигане на конкурентоспособна икономика в общината.

Предвидените индикатори за проследяване на напредъка по отделните мерки включват основно отчитане на брой информационни срещи с бизнеса, брой организирани бизнес форуми или брой проекти, осъществени с ПЧИ, което не кореспондира с предвидените в програмата за реализация мерки и проекти.

Наравно с редица други общински планове за развитие и в този на община Айтос прозира подходът на „копиране“. Този често използван подход води до включване на нелогични и неотговарящи на възможностите на съответната община цели, приоритети и мерки. Този извод бива лесно подкрепен с проследяване докладите за изпълнение на пановете, в които голям процент от първоначално заложените проекти и действия не биват стартирани и изпълнявани.

Годишният доклад за наблюдение изпълнението на общинския план за развитие на Община Айтос за 2015 г. отчита като изпълнение на мерките по първата приоритетна ос единствено работата по изготвяне на общ устройствен план и подпомагане работата на местна инициативна група. Няма разлика и в следващите годишни доклади. Единствената отчетена стъпка от предвидените мерки за осигуряване на условия за привличане на инвеститори е приетата в средата на 2016 г. Наредба за насърчаване на инвестициите с общинско значение. В заключение на всеки един от докладите в три поредни години като препоръки са вписани: необходимост от използване на възможностите, които предоставят различните форми на публично-частни партньорства и усилената реклама на местната икономика.

#### *Изводи и препоръки*

- Изготвянето на националните стратегически документи и оперативните програми, стъпващи

върху тях, често пъти не е съобразено със специфичните особености на отделните райони, области и общини. В повечето случаи това води до сляпо пренасяне на част от националните цели в стратегическите документи на общините. Липсата на реално прилагане на подход „отдолу нагоре“ води до проблеми и пропуски в стратегическото планиране. Необходимо да се „обърне“ начинът на стратегическо планиране.

- Голяма част от общинските планове за развитие са „копирани“ един от друг. Като причина за това може да се определи писането им „на конвейер“ от почти едни и същи консултантски фирми. Това води до предвиждане на мерки и приоритети, несъответстващи на действителните силни и слаби страни на общините. Желанието за силен икономически растеж и търсенето на подходи за постигането му не е съобразено с основните фактори за привличане на инвестиции. Необходим е задълбочен анализ на възможностите на всяка една община и определяне на точна и ясна посока на развитие, която да бъде следвана.

- На общинско ниво се изготвят и приемат стратегии и наредби, за чието изпълнение липсват средства и подготвени административни кадри, което ги обезсмисля.

- Огромното забавяне в одобрението на общите устройствени планове на редица общини води до невъзможност за осигуряване на добри условия за развитие на бизнес. Желанието за обособяване и изграждане на бизнес зони остава единствено на хартия. Причината са най-често процедурни пречки или обжалвания от страна на „екоорганизации“.

#### *Заклучение*

Подобряването на качеството на живот и създаването на нови икономически възможности в голяма степен зависи от правилно формулираните и следвани действия и процеси на местно икономическо развитие. Постигането на краен резултат зависи в голяма степен от способностите за приспособяване. Местното икономическо развитие е процес, в който общините се конкурират, следвайки стратегическите си подходи в една непрекъсната променяща се икономическа среда. За да укрепят своя икономически капацитет, да повишат конкурентоспособността на местните фирми и да подобрят инвестиционния климат на територията си общините използват възможностите на стратегически планираното местно развитие.

#### *Литература:*

1. Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020.
2. „Относно инвестиционната среда в България и стратегиите за привличане на чуждестранни инвестиции“ - Адриана Младенова, Димитър Чобанов, извлечено от [http://ime.bg/pr\\_bg/253-2.htm](http://ime.bg/pr_bg/253-2.htm).
3. Христова-Балканска, И., Привличане на преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ) в България, Студии за ускорено развитие, БАН, Горекспрес, 2007, стр. 85-93.
4. Национална програма за развитие: България 2020.
5. Радулова, А. „Въздействие на преки чуждестранни инвестиции върху инвестиционна активност на икономическите субекти в страната“, извлечено от [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2984907](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2984907).
6. Извлечено от <https://www.mi.government.bg/bg/departments/ikonomicheski-politiki-za-nasarchavane-28-1.html>.
7. Европа 2020: Национална програма за реформи, Актуализация 2016 г.
8. „Стратегия за насърчаване на инвестициите в Република България“, приета с Протокол № 26.38 на Министерския съвет от 30.06.2005 г., стр.20, извлечено от <http://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=375>.
9. Официалните интернет страници на българските общини.
10. Общински план за развитие на Община Руен, стр. 109.
11. [http://www.sozopol.bg/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6756:2013-06-14-17-25-32&catid=242:2013-11-11-17-50-38&Itemid=179](http://www.sozopol.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=6756:2013-06-14-17-25-32&catid=242:2013-11-11-17-50-38&Itemid=179).

## ЦВЕТЪТ НА МОРЕТО И МОРСКИТЕ ВОДОРАСЛИ

Проф. д-р Даниела Клисарова  
Гл. ас. д-р Димитър Герджиков  
Институт по рибни ресурси, Варна

Цветовата гама на морето зависи от различни фактори, предимно с физическо естество: наличие или отсъствие на облаци, височина на слънцето над хоризонта, суспендирани във водата органични и минерални частици, течения и др.

Близко до брега се срещат различни видове частици и разтворени вещества, които правят водата да изглежда от тъмно до светлокафява. Но далеч от брега се приема, че цветът на морето зависи единствено от съдържанието на фитопланктон (Мари Барбие, 2019).

Фитопланктонните организми фотосинтезират и живеят основно в добре осветения горен повърхностен воден слой (фотична зона) на водните басейни, чиято дълбочина може да варира от няколко сантиметра в мътни езера до около 200 метра в открито море. Тя варира и в хода на сезонните изменения на мътността на водата.

В крайбрежната акватория на Черно море фотичната зона е дебела средно 10-11 m, през есента и зимата достига до 18 m, през пролетта и лятото - до 1,50 m. (Технически отчети на ИПР - Варна, 2008-2010).

Цветът на морето може да варира и в зависимост от видовете фитопланктон и тяхната концентрация. Например има динофлагелатни видове, които причиняват т.н. „червени приливи“, коколитофоридите „превръщат морето в мляко“, а при бурно развитие на диатомеи водата изглежда зелена.

Когато водите са с ниско съдържание на фитопланктон („олиготрофни“), цветът на морето може да бъде индигов или виолетов. Такъв е случаят в Тихия океан близо до Великденския остров, където се наблюдава най-чистата вода в света; светлината прониква на дълбочина повече от 100 метра, в сравнение с 30 метра в Северния Атлантик (Мари Барбие, 2019).

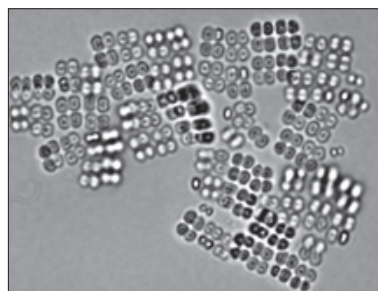
Фитопланктонът има важна роля в биогеохимичните процеси, глобалния цикъл на въглерода и трансформацията на енергията по хранителните вериги в моретата и океаните. Състоянието на морския фитопланктон оказва влияние върху комерсиалния риболов, човешкото здраве (наличие на ток-

сични видове), усвояването на въглероден диоксид и начина, по който моретата и океаните реагират на климатичните колебания. Фитопланктонните микроводорасли имат значение и като ключов биологичен елемент за качество (БЕК) при екологични оценки (РДВ на ЕС, 2000).

При масово развитие на един вид фитопланктон цветът на водите се влияе от пигментите, произведени в неговите клетки.

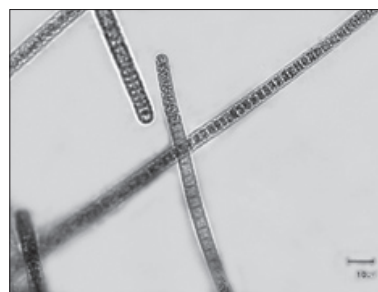
От групата на синьо-зелените водорасли (отдел Cyanophyta) най-масови през последните години в българските морски акватории са видовете: *Merismopedia* sp. и *Oscillatoria* sp. Основният цвят на водораслите от тази таксономична група е синьо-зеленият, но при тях може да се появи синьо или червеникаво оцветяване като проява на допълнителна хроматична адаптация (Темнискова и Стойнева, 2011).

Представителите на род *Merismopedia* се срещат едновременно в сладки и солени води. Имат яйцевидна или сферична форма и са подредени в редове. В Черно море големината на отделните клетки е между 1-3  $\mu\text{m}$  (Фиг. 1).



Фиг. 1. *Merismopedia* sp. (източник: [http://cfb.unh.edu/phycokey/Choices/Cyanobacteria/cyano\\_colonies/MERISMOPIEDIA/Merismopedia\\_Image\\_page.html](http://cfb.unh.edu/phycokey/Choices/Cyanobacteria/cyano_colonies/MERISMOPIEDIA/Merismopedia_Image_page.html))

Представителите на род *Oscillatoria* са нишковидни с обичайна големина на клетките от 2-3  $\mu\text{m}$  ширина и 3-10  $\mu\text{m}$  дължина. Дължината на нишките (трихомите) им обикновено е 60-100  $\mu\text{m}$  (Фиг. 2).

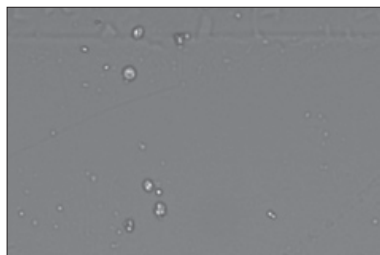


Фиг. 2. *Oscillatoria* sp. (източник: [http://cfb.unh.edu/phycokey/Choices/Cyanobacteria/cyano\\_filaments/cyano\\_unbranched\\_fil/unbranched\\_filaments/no\\_heterocysts/no\\_vis\\_sheath/OSCILLATORIA/Oscillatoria\\_Image\\_page.html](http://cfb.unh.edu/phycokey/Choices/Cyanobacteria/cyano_filaments/cyano_unbranched_fil/unbranched_filaments/no_heterocysts/no_vis_sheath/OSCILLATORIA/Oscillatoria_Image_page.html))

През последните десетилетия в морските води преобладават видове от отдел Cryptophyta (Фиг. 3).

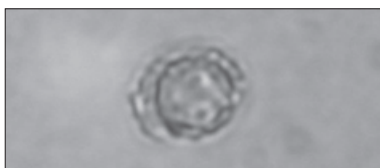


Пигментите в клетките на криптофитовите водорасли се намират в различни съотношения и това определя многообразието на техните багри. Те са оцветени в синьо, червено, зелено, кафяво и жълтокафяво. Преди време цветът на клетките им е бил използван като диагностичен признак, но вече е доказано, че той зависи от външните условия (Темнискова и Стойнева, 2011).



Фиг. 3. *Small Flagellates*, отдел *Cryptophyta* с размери от 3 до 8  $\mu\text{m}$  (микрофотография Д. Клисарова и Д. Герджиков)

Масов космополитен вид е коколитофоридата *Emiliana huxleyi*, отдел *Haptophyta* клас *Coccolithophyceae* (Фиг. 4). При развитие във високи концентрации, причинява тюркоазен цвят на водата, а при „цъфтеж“ - до млечнобял цвят. Това се дължи на отделяните от клетките на *E. huxleyi* миниатюрни варовикови сфери от  $\text{CaCO}_3$ . На сайтовете на НАСА, често публикуват информация за грандиозни млечно бели „цъфтежи“ в Черно море, причинителят на които е малката 6-8  $\mu\text{m}$  клетка на *E. huxleyi* (Petrova, D., Velikova, V., 2005).



Фиг. 4. *Emiliana huxleyi* (коколитофориди); а) микрофотография Клисарова и Герджиков); б) сканираща електронно микроскопска микрофотография от <https://genome.jgi.doe.gov/Emihul/Emihul.home.html>

Едни от най-често срещаните „цъфтежи“ покрай нашия морски бряг са на кремъчното микроводорасло *Pseudo-nitzschia delicatissima* със средни размери: ширина 3  $\mu\text{m}$  и дължина 75  $\mu\text{m}$  (Фиг. 5). Кремъчните (Диадомови водорасли, клас *Bacillariophyceae*) принадлежат към таксономичния отдел *Ochromphyta*, т.н. жълто-кафява еволюционна линия. При масовото развитие на диатомеи цветът на водата се променя в кафяво-жълто-зелен, като оттенъкът зависи от конкретния интензивно развиващ се вид (Petrova,

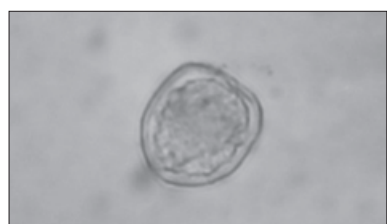
D., Gerdzhikov, D., 2007).



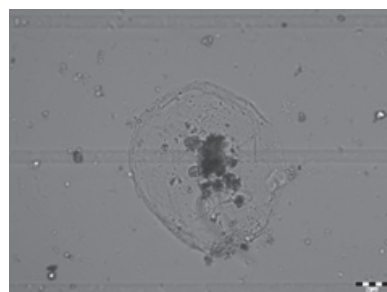
Фиг. 5. *Pseudo-nitzschia delicatissima* (микрофотография Клисарова и Герджиков)

Обикновено най-забележима промяна в цвета на черноморските води (до интензивно червено-кафяво, по-рядко зелено-кафяво до жълто-зелено оцветяване) се получава в резултат от масовото развитие на представители на клас *Dinophyceae* (динофлагелати, перидиней) принадлежащи към отдел *Ryptophyta*. *Prorocentrum cordatum* е видът, развиващ се с най-високи числености и биомаси от тази група микроводорасли. Неговите размери са между 15 и 21  $\mu\text{m}$ .

Много от представителите на *Ryptophyta* се характеризират със способността за биолюминесценция (*Noctiluca scintillans*) и предизвикват добре известното нощно светене на морето или „светещата пътека“ след корабите (Богданова, 1994), (фиг.6а, 6б).



Фиг. 6. Видовете: а) *Prorocentrum cordatum*; б) *Noctiluca scintillans* (микрофотография Клисарова и Герджиков)



Цветната палитра на Черно море е любопитен феномен, но има своето обяснение, базирано на научни анализи и наблюдения.

#### Литература:

Мари Барбие, 2019. Tara Expeditions. <https://oceans.taraexpeditions.org/en/m/science/news/the-color-of-oceans/>.

РДВ на ЕС, 2000. Рамкова директива за водите. 2000/60/ЕС [http://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index_en.html).

Темнискова, Д.Н., Стойнева, М.П., 2011. Алгология, I, II том, Pensoft, София, 1140 стр.

Технически отчети на ИРР-Варна, 2008-2010.



Селскостопанска академия, София.

Bogdanova, D.P., 1993. Uber die bioindikatorrolle der zooplanktons *Noctiluca scintillans* v. *Mnemia mcCradyi* –In:Documentation zum Seminar Maritime Umwelttechnik - “ Universitat Rostock “, 45-58.

Petrova, D., Velikova, V., 2005. The *Emiliana huxley* along the Bulgarian Black Sea coast. In: Proceedings of the 7 International conference on the Mediterranean coastal environment MEDCOAST, 25-29. October, Kusadasi, Turkey, p. 591-600.

Petrova, D., Gerdzhikov, D., 2007. Development of potential toxic microalgae from.

*Pseudo-nitzschia* in front of Bulgarian coast-In:Proc. of VII Inter. Scien. Conf. SGEM, 12-16.June., Albena, Bulgaria, 196-203.

## НЯКОИ АСПЕКТИ НА АНИМАЦИЯТА В ПРИК- ЛЮЧЕНСКИЯ ТУРИЗЪМ В КОНТЕКСТА НА СИНЯТА ИКОНОМИКА

Докторант Александър Ангелов - БСУ

Терминът “приключение” се свързва с някакъв вид изживяване с определена степен на лично вълнение и рискови ситуации. Основното за приключенския туризъм е, че той е активна форма на отдих. По определение приключенският туризъм представлява туристическа дейност, която протича в нетипична, екзотична среда или при екстремни условия, включва някаква форма на необичаен транспорт и изисква определено ниво на физическа активност и натовареност.<sup>1</sup>

Приключенският туризъм е вид специализиран туризъм, при който се задоволяват потребностите на туристите от спортуване, рекреация и активен отдих чрез участието им в разнообразни спортни прояви и дейности.<sup>2</sup>

Приключенският туризъм все повече се възприема като изживяване сред природна среда като желан начин за бягство от ежедневието. Зачестилите посещения на национални паркове, особено тези с одобрен и лесен достъп от големите градове, се определят като трайна тенденция за редица страни, в това число и България, с преобладаващи краткотрайни, но по-интензивни почивки.

Приключенският туризъм, наричан още и спортно-развлекателен туризъм, обединява средствата за поддържане на добро здраве, достигане на физическо съвършенство чрез занимания със спорт, рационален начин на отдих и хранене, активно проявление на личността и прекрасната човешка природа.

Приключенският туризъм открива възможност за творчески изяви на личността, на мисленето, интуицията, въображението и волята на човека към индивидуален стил на живот и упражняване на двигателни активности.

Ключови думи в приключенският туризъм са:

- Спорт (sport - англ.) - физически упражнения

и игри със състезателен характер и стремеж за високи постижения и победа. Спортът е социален и културен феномен.

- Рекреация (recreation - лат.) - да освежава, т.е. процес, който възстановява човека.

- Атракция (attractio - лат.) - привличане, развлечение на обществени места, демонстриране на ловкост, сила и прочие.

- Развлечение (entertainment -а нгл.) - приятно занимание, което запълва свободното време и не позволява на човека да усеща скука. Свързано е с представите за забавление, увеселение и хедонизъм (hedone - гръцки) - удоволствие, естетическо учение от древна Гърция (Керена), според което най-високата цел на човешкия живот е удоволствието и насладата, в противовес на аскетичния живот.

Според АТТА (Adventure Travel Trade Association) приключенският туризъм включва дейности или спортове като яхтинг, подводно сафари и подводна археология, речно кану, рафтинг, приключенско, планинско и шосейно колоездене, преходи на кон, програми за оцеляване, катерене с планински водач, планински преходи с различна трудност, включително преходи със ски с панти, с бегови ски, със снегоходки или с кучешки впряг, екстремни ски, експедиционен/височинен туризъм към върхове над 6000 м, сноуборд, параглайдинг, спелеология и други.<sup>3</sup>

Съвременният начин на живот поставя пред човека като социално и биологично същество големи изпитания. В свободното време той търси форми за своето духовно и физическо усъвършенстване, емоционални преживявания, пряк досег с природата, практикуване на хоби занимания и предпочитани спортове. Туризмът е комплексно явление, а приключенският туризъм като една от неговите разновидности е връзката между: отдих-спорт-туризъм. Основната му цел е възстановяване на изразходваната от човека умствена и физическа енергия, изживяване на положителни емоции. Приключенският туризъм създава предпоставки за използване на свободното време, за по-добър и здравословен начин на живот. Пътуването и пребиваването извън населеното място са свързани с активен отдих, в основата на който са упражняване на спорт, рекреация и развлечения. Целта на приключенския туризъм е да се създаде и предложи такъв туристически продукт, чрез който да се постигнат: двигателни активности, като средство за поддържане или възстановяване на добро здравословно състояние; практикуване на

1. Милева, С. Рекреация чрез специализиран туризъм, София, 2004.

2. Стамов, Ст. и Й. Алексиева. Специализирани видове туризъм, Пловдив, 2003.

3. Милева, С. Рекреация чрез специализиран туризъм, София, 2004.

спортна дейност за удоволствие, активен отдих; задоволяване на хоби (скално катерене, алпинизъм, спеоложки туризъм); задоволяване на силни усещания (рафтинг и кану, парапланеризъм).

Според ООН същественото отличие между еко-туризма и приключенския туризъм е, че докато при първия преобладава мотивацията за наблюдение и наслаждаване на природата, то вторият по-скоро се свързва с физическа дейност и нови предизвикателства.<sup>4</sup>

Интересно е, че приключенският туризъм се пропагандира от такива региони, в които туристическите ресурси са силно зависими от неурбанизирана природна среда. Очакванията са приключенският туризъм да оказва положително въздействие и да генерира допълнителни приходи за тези региони. За България като туристическа дестинация все още са малко специализираните туроператори, предлагащи приключенски пътувания, като техният брой е минимален спрямо общия брой действащи туроператори в страната.

#### *Видове и форми на приключенски туризъм*

Приключенският туризъм може да се раздели на два основни вида, т.нар. "hard" от англ. "суров, труден" и "soft" - "мек", умерен приключенски туризъм.

- "Суров" приключенски туризъм (Hard adventure tourism) въвежда туристите в естествени условия на открито, въвличайки ги в разнородни дейности в предизвикателна природна среда, където поемането на риск е ключов мотивиращ фактор.

- "Мек" приключенски туризъм (Soft adventure tourism) е вълнуващ и често пъти съдържа образователни или изследователски елементи, насочени към околната среда, историческото наследство и местната култура. Организираните турове често пъти са средството, посредством което туристите достигат такъв вид преживяване.

Разликата е в степента на риска, усилията и подготовката, изисквани за осъществяването на съответния вид туризъм. Нивата на трудност трябва да бъдат спазвани според уменията и физическото състояние на туристите. Разграничават се леки, умерени, трудни, много трудни програми, т.е. предполага се определено ниво на опасност и/или владеене на специални умения (например за алпинизъм, планинско колело, конен туризъм и т.н.).

Основните форми на приключенски туризъм са:

- Трекинг - включва реализиране на пешеходни

преходи в естествена или планинска среда, мотивирани от красотата на обкръжението или културни основания. Обикновено се тръгва от начална точка, където завършва пътуването, с продължителност от половин до един ден. Съществуват пешеходни турове с различна степен на трудност.

- Рафтинг- спортно плаване по планински реки. Терминът произлиза от английското наименование на гумената надуваема лодка (сал), сегментно запълвана с въздух - рафт. Числеността на участниците е от 6-8 човека и включва професионален гид (капитан) и самите участници (матроси). Съществува определено ниво на риск, но като част от туристически продукт той е сведен до минимум;

- Катерене (скално, планинско) - изкачване на връх на планина, от значение е физическата подготовка и издръжливостта, екипировката и водачът. Катеренето е популярен спорт, характеризиращ се с дълготрайно човешки взаимоотношения, пряк контакт с природата и интензивна физическа дейност. Катеренето е стабилизиращ фактор, изпълнен с чувство за смисъл, за много хора. От социологическа гледна точка катеренето допринася за здравето на хората като компенсира липсата на физическа активност. Катеренето на открито разкрива положителни черти на характера като надеждност, чувство за отговорност и способност за работа в екип.

- Езда - пътуване с езда на коне до определено място и завръщане до изходния пункт или преход от точка до точка с продължителност до няколко дни, наслаждавайки се на природна и културна среда.

- Фото сафари - разходка сред природна и културна среда, представляваща интерес от туристическа гледна точка, където основна мотивация е заснемане с видео камера или фотоапарат на образи на пейзажи и културата на посещаваното място - флора, фауна, архитектура, хора и т.н. Възможно е да включва запис на звуци от естествената среда (птици, вятър).

- Спелеология - посещение на пещери и естествени скални образувания, мотивирани от научно-културни интереси;

- Планинско колоездене - екскурзии със специални колела в планинска среда. Когато колоезденето е на равни терени, се използва терминът колотуризм. През последните години широка популярност получи маунтинбайкът, като основната група, практикуващи този вид спорт, са младежите, доколкото не са необходими никакви по-специални условия. Тъй като това е доста непретентизионен спорт, а и поради изключителното богатство и разнообразие

4. Милева, С. Рекреация чрез специализиран туризъм, София, 2004.

на ландшафтни теренни форми у нас може да се каже, че страната предлага перфектни условия за каране на планинско колело.

Повечето приключенски програми не изискват специална физическа и техническа подготовка от страна на участниците. Тези форми на приключенски туризъм, също както и конвенционалните, имат сезонен характер, но освен това са подвластни и на модата, благодарение на която в момента това е един от най-динамично развиващите се сегменти в туризма в световен мащаб.

*Туристическата анимация като част от туристическата индустрия*

Много често мотивите, които карат хората да предприемат пътуване или да предпочитат за почивка определена туристическа дестинация, се обособяват на основата на предполагаемата нужда на организма от разнообразие и стимулация за по-активен начин на живот. Като специфична дейност на човека и обществото анимацията обхваща широк кръг от явления. Тя влиза в тесни взаимоотношения с икономическите, социалните и духовните аспекти на обществото. Като част от туристическата индустрия анимацията осигурява по-голяма атрактивност на туристическите обекти и дестинации, като по този начин допринася за увеличаване на финансовите приходи. Анимацията създава тази атмосфера и предоставя емоции и преживявания, които правят едно пътуване незабравимо. Тя е в тясна взаимовръзка с други направления на индустрията за човека: маркетинг на свободното време; организация на специални събития като част от туристическите атракции и др. Много често се приема и като средство и форма за социализацията на личността. Това явление се наблюдава предимно при туристи, водещи застоял или неактивен начин на живот. Смело може да се твърди, че анимацията е елемент на туристически продукт, който активизира поведението на туристите за задоволяване на потребностите от физическа активност, положителни емоции, обогатяване на познанията за света чрез общуване. Като част от туристическия продукт анимацията представлява съвкупност от разнообразни услуги за удовлетворяване на всички тези потребности. Икономическият ефект от анимацията се изразява главно в целенасочената дейност на туристически организации за привличане на клиента.

Удовлетворяването на изискванията на туристите е свързано със специализация на продукта, както приключенски туризъм, чрез сегментацията и диференциацията му и повишаване комплексността

на предлагането чрез насищане с допълнителни услуги. Свободното тълкуване на анимацията се свързва с оживяване, съживяване, одухотворяване, насърчаване, подбуждане, увлечение към нещо. „Туристическата анимация е дейност, развивана от предоставящо туристически услуги предприятие или организация (хотел, туристически комплекс, туроператор и др.), която има за цел да насочи туристите към активно и разнообразно прекарване на свободното време чрез участие в специално разработени програми.

Едни от основоположниците на теорията на анимацията я определят като дейност в свободното време; начин на туристическото обслужване; взаимодействие между организаторите на ваканцията и гостите; програма за организацията на цялата ваканция. ( Finger, Cl., B. Gayter, H. Hahn u.a. Animation in Urlaub, Stft, Starnberg, 1975.). В един по-нов вариант същите автори дават следните определения за анимацията, с които обясняват съдържателните и основи: анимацията е идея; анимацията е свързана със свободното време и ваканцията; анимацията е насочена предимно към групи от хора; анимацията създава и подобрява контактите и комуникацията; анимацията изгражда всестрани отношения; анимацията е отговор на потребностите на хората; анимацията е услуга и обслужване; анимацията е мениджмънт на отношенията между индивидите през свободното време и ваканцията; анимацията е работното поле на аниматора. Те обобщават: “Анимацията е идея и покана за съвместна дейност през свободното време и ваканцията. Анимацията е обслужване, услуга. Анимацията е отговор на потребностите на туристите. Въз основа на тази интерпретация се формулира универсална дефиниция за същността на анимацията, която според авторите може да бъде прилагана във всички практически ситуации и обхваща процеса, съдържанието и въздействието на анимацията“.

Анимацията като туристически продукт е специфичен по своята същност и характеристика. Това е една от причините анимацията като развлекателна услуга да изисква индивидуален подход спрямо всеки клиент. Тя е една от водещите допълнителни туристически услуги, предлагани от страна на туроператори и хотелиери. Анимацията е онази част от цялостния туристически продукт, която придава характер на преживяването. В наши дни основните туристически услуги - настаняване, изхранване и транспорт, не са от основна важност при избора на дестинация. Туристите пътуват по-често заради



дадено събитие, преживяване или с цел развлечение, рекреация, опознаване и други - неща, които не биха били възможни без анимацията като допълнителна услуга.

*Условия за развитие на приключенски туризъм в контекста на синята икономика*

Предпоставките за развитие на приключенски туризъм можем да сведем до: увеличаване на свободното време (повече почивни дни; по-дълги ваканции); увеличаване на материалното състояние; усъвършенстване и подобряване на транспорта; увеличаване на стреса на работното място; нарастване на потребността на хората от спорт и развлечения сред природата и др.

Наличието и увеличаването на свободното време спомага все повече хора да практикуват приключенски туризъм - повече почивни дни, уикенди. В много от икономически развитите страни свободното време се увеличава чрез отпуската, а в някои от тях има условия за разделянето ѝ на две или повече части. Така част от ваканцията може да се използва за традиционна почивка на море или планина, а друга част от нея да се посвети на нетрадиционните видове туризъм, в т.ч. и на приключенски. Създават се и възможности за избор на даден сезон или период, подходящи за определен вид спорт (рафтинг, подводно гмуркане, преходи със ски).

Голяма част от услугите, предлагани при приключенския туризъм, са скъпи, защото се ползват скъпоструващи съоръжения. При някои от тях се изисква и специална екипировка за туриста (рафтинг, подводно гмуркане, водно/речно кану, катерене с планински водач, преходи със ски и снегорходки). С развитието, усъвършенстването и подобряването на транспорта се улеснява посещаването на дестинации с развит приключенски туризъм или с природни дадености, подходящи за практикуване на определен вид спорт (скални масиви за алпинизъм, пещери, зони за подводни спортове, реки за кану). Върху развитието на приключенския туризъм влияят такива демографски, географски и икономически фактори като природните ресурси, околната среда, нарастването на свободното време, платежоспособността, стандартът на живот, мястото на прекарване на почивките/ваканциите и инфраструктурата.

Физическите активности стават все по-необходими за човешкия индивид, намалявайки честотата на заболяванията. В устава на Международната здравна организация е записано: "Здравето трябва да се разбира не само като отсъствие на заболява-

не, но и като състояние на най-добро физическо, психическо и социално благополучие". Именно потребностите от спорт, възстановяване и общуване поражда необходимостта от приключенския туризъм. Развитието на приключенския туризъм зависи от изграждането на специализирана база и съоръжения (писти, влекаре, съоръжения за подводно гмуркане и за катерене). Иновационните процеси и инфраструктурата за приключенски туризъм имат изключително значение за "атрактивността" на този туристически продукт. Много средства се инвестират за съхраняване на околната среда с цел запазване на естествените условия за спорт и туризъм.

Синята икономика има за цел да вдъхнови предприемачите да възприемат своите прозрения, като демонстрират начини, по които това може да създаде икономически ползи чрез създаване на работни места, понижено потребление на енергия и повече потоци от приходи от всяка стъпка от процеса, като същевременно се облагодетелстват засегнатите общности.

*Заключение*

В България липсва ясна стратегия за развитие на приключенския туризъм и затова реализацията на инфраструктурни проекти става ужасно бавно, а в същото време интересът към приключенията и приключенския туризъм съществува. Липсата на целенасочена държавна политика за привличане на български и чуждестранни инвестиции създава хаос в концесионирането и застрояването на туристическите зони. Незаконното и незавършеното строителство са пречка за развитието на отрасъла.

За да се решат проблемите и се реализират идеите за развитие на приключенския туризъм, е необходима координация между държавата, общините, инвеститорите, Асоциацията на алтернативните видове туризъм в Бургас и региона, Асоциацията на производителите и вносителите на съоръжения и вседеходи за екстремни спортове, приключенски и туристическите оператори.

Проблемите пред развитието на приключенския туризъм и аниматорските програми в контекста на синята икономика не са малко и са истинско предизвикателство пред туроператорите, собствениците на хотелски комплекси, вносителите на специализирани съоръжения и вседеходи за екстремни спортове и инвеститорите. Но самият туристически продукт е перспективен, доходоносен и привлекателен за многото потенциални български и чуждестранни туристи и си заслужава усилията за неговото развитие.

## СИНЯТА ИКОНОМИКА И ВЛИЯНИЕТО Й ВЪРХУ КОН- КУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА КРАЙБРЕЖНИЯ (МОР- СКИ) ХОТЕЛИЕРСКИ ПРО- ДУКТ В БЪЛГАРИЯ

Валентина Маренова - БСУ

Моретата и океаните са двигател на европейската икономика с голям потенциал за иновации и растеж. В „синята“ икономика са заети 5,4 млн. души, а нейният годишен оборот е малко под 500 млрд. евро. Отрасълт, който е пряко обвързан с експлоатацията на моретата и океаните и генерира огромни печалби в световен мащаб, е туризмът. Живеем в един изключително забързан и динамичен свят, който е белязан от интензивни промени във всяко ниво - политическо, икономическо, социално, културно, образователно и т.н. В тази връзка не прави изключение и бързоразвиващият се морски и крайбрежен туризъм. Пряка връзка с динамично развиващия се туристически отрасъл има конкурентоспособността.

Конкурентоспособността в туристическата дейност е силно зависима и е съвкупност от елементи като материална база, природни дадености, специализирани кадри и още други, които взети заедно сформират туристическия продукт. В съвремие като нашето - интензивно и динамично, е изключително трудно да се запази конкурентоспособността на хотелиерския продукт. В основата на трансформациите в съвременния туризъм Нешков<sup>1</sup> поставя преди всичко динамично променящия се профил на съвременния „нов“ турист, като констатира недостатъчно внимание от страна на туризмологията към радикалните промени в потреблението и глобалната туристическа индустрия, които са изследователски обекти с висока и комплексна степен на обществена значимост.

### 1. България и синята икономика

В България морската икономика е отговорна за работните места на общо 118 хил. души, които пък създават брутна добавена стойност в размер на 1,1 млрд. евро (2,63% от общата за страната през 2016 г.). Най-големият работодател е туризмът и

по-конкретно - хотелите, където работят 54,4 хил. души. Ремонтът и поддръжката на кораби и други водни обекти пък наема 4,2 хил. души. Между 2009 и 2016 г. най-бързо расте производителността в подсектора „Живи ресурси“, където влизат добивът, обработката и търговията с живи морски ресурси. Докато работещите тук намаляват с 3,5% до 8 хил., добавената стойност се утроява до 66,1 млн. евро до 2016 г. От гледна точка на абсолютни стойности обаче безспорен лидер е черноморският туризъм, следван от дейността на пристанищата, която се равнява на 98,5 млн. евро.<sup>2</sup>

В сферата на крайморския туризъм работят почти 3,2 млн. души, генериращи брутна стойност от 183 млрд. евро за икономиката на ЕС. Развитието на крайбрежния туризъм се разглежда в ЕС като „един от ключовите фактори за създаване на растеж и работни места особено в нашите крайбрежни райони, които често страдат от висока безработица“,<sup>3</sup> по думите на европейския комисар по въпросите на морското дело и рибарството Мария Даманаки. Този сектор е ключов фактор „в борбата с безработицата, особено сред младите хора“,<sup>4</sup> според заместник-председателя на Комисията и комисар по въпросите на промишлеността, предприемачеството и туризма Антонио Таяни.

През юни 2018 г. в Бургас бе направена първата стъпка за развитие на синята икономика в Черноморския регион с приемането на Министерска декларация за сътрудничество в региона на Черно море. С подписването на тази декларация черноморските държави се ангажираха да прилагат общ подход и да има синергия между проектите, които ще се реализират в области като екология, икономика и туризъм. По този начин проектите ще се изпълняват съгласувано и координирано. България е първата черноморска държава домакин на подобна съвместна инициатива между Европейската комисия, Европейския парламент и Съвета на Европа.

### 2. Конкуренция и конкурентоспособност на туристическа дестинация

Съществуват множество определения за конкурентоспособност, обобщено казано „Конкуренцията представлява постоянно действащ механизъм за отстраняването на недостатъчно доброто и неприемливото. Стремехът на всеки производител е да се наложи в определена пазарна ниша, като постави свой, макар и временен, контрол върху ос-

1. Нешков, М. (2015), цит. съч., с.185.

2. [https://www.capital.bg/politika\\_i\\_ikonomika/bulgaria](https://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/bulgaria).

3. Мария Даманаки

4. Антонио Таяни

таналите участници в пазарното съревнование. По такъв начин конкуренцията определя най-силния участник в определен пазарен сегмент, като изтласква останалите, при което конкурентните действия се ограничават.”<sup>5</sup>

”Конкурентоспособността на предприятието е способността му чрез непрекъснато обновяване и усъвършенстване да създава и устойчиво да поддържа конкурентни предимства, водещи до високи стопански резултати в дългосрочен план”<sup>6</sup>.

Конкуренцията е съперничество за постигане на определени цели, при което се съпоставят интересите на различни икономически субекти, работещи в системата на туризма. Конкуренцията между туристическите дестинации може да се разглежда като сложна, развиваща се система. Те излизат на пазара, за да реализират интереса си, независимо от другите пазарни участници. Противоречието помежду им се проявява под формата на конкурентна борба и се отличава с многовариантност на пазарния избор и на действията за завоюването на определени позиции. Всичко това изисква да развием и определим редица актуални особености на конкурентоспособността на туристическата дестинация. Най-същественото е да се вземат под внимание потенциални нови конкуренти, евентуалната поява на туристически продукти заместители, както и влиянието, което оказват върху конкурентоспособността потребителите. „Конкурентоспособността на туристическа дестинация е способността ѝ да запази конкурентната си позиция, като удовлетворява потребностите на туристите и очакванията на предприемачите, като преодолява неочакваните пазарни заплахи и проучва нови възможности за запазване на устойчиви конкурентни предимства”<sup>7</sup>. Ключовите критерии, по които се преценява конкурентното предимство, са: качество, цена, място на предоставяне на продукта и имиджа (Рибов, М., цит. съч.).

Качеството е първият определящ фактор за развитието на туристическа дейност, то е ключов елемент за конкурентоспособността. Конкурентният пазар налага високо качество. Качеството в туристическия бизнес се обуславя от състоянието на материално-техническата база, внедряването на прогресивна технология, подготовката и квалификацията на кадрите и др. От една страна, то зависи

от качеството на отделните услуги - предоставяне на подслон, хранене, спортни, информационни, транспортни, търговски и др., а от друга, е налице силният субективен характер на неговата оценка, вследствие от нематериалната същност на туристическите услуги и голямото разнообразие на туристическо търсене по отношение на социалния, възрастовия, образователния, националния и т. н. състав на потребителите. От нивото на квалификация на кадрите зависи предоставянето на качествени услуги, което е основен фактор за постигането на удовлетворение на гостите и имидж на дестинацията. Качеството на българския туристически продукт ще определя бъдещето на туризма, структурата на туризма и приходите от туризма.

По отношение на втория ключов критерий „цена“ може да се твърди, че като цяло българският туристически продукт е от ниско и средно ценово равнище и се консумира предимно от слабо платежоспособни туристи.

По отношение на третия показател „място на предоставяне на продукта“ може да се каже, че България има стратегическо географско местоположение, разположена е на територията на Югоизточна Европа в североизточната част на Балканския полуостров, изпълнявайки ролята на кръстопът между Изтока и Запада, между Севера и Юга. Благодарение на природното и историческото разнообразие в рамките на едно сравнително ограничено пространство страната ни има значителен потенциал за развитие на туризма. България е една от малкото страни, предлагаща на пазара почти всички видове туризъм, като водещ в това отношение според статистиката е морският туризъм.

Имиджът на България на световния туристически пазар е „low cost destination” или казано с други думи „страна за бедни туристи“.

### 3. Крайбрежен туризъм и хотелиерски продукт

Туризмът в България е доминиран от морските курорти в крайбрежните общини. Крайбрежният морски туризъм включва както дейности на плажа - плажуване, къпане и сърф, и във водата - круизи, пътуване с яhti, водни спортове, така и услуги на сушата като хотели, производство на оборудване и чартърни оператори. Крайморският туризъм е не само най-големият подсектор на туризма с работна ръка 3,2 млн. души, но е и стълб на икономиката във всички крайбрежни региони. Именно за това се разработват стратегии от Европейския съюз за разгръщане потенциала на крайбрежния морски туризъм и устойчивото му развитие.

5. Кунев, 2001.

6. Велев, Мл. Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност. София, 2004.

7. Poon, A. (1993). Tourism, technology and competitive strategies. Oxon: CABI.

Както всяка самостоятелно обособена туристическа дейност, така и хотелиерството създава свой специфичен продукт (резултат) - хотелиерски продукт. По своята същност той е съвкупност от всички услуги, потребявани от туристите по време на престоя им в хотела. Хотелиерството предоставя своята материално-техническа база за нуждите на ресторантьорството, търговското обслужване, туристическите бюра и др. Големината, структурата, продължителността на пребиваване, ритъмът на посещение на туристическия поток зависят от капацитета, структурата, качеството, разположението и продължителността на експлоатационния период на хотелската база.

Технологичната, материално-техническата и социалната сфера на хотелиерството са определящи за туристическия отрасъл, което се обуславя от характера на задоволяваните туристически потребности. Общата структура на тези потребности е свързана с общата йерархия на човешките потребности, но опосредствани от специфичните условия на туристическите пътувания. Икономическата роля на хотелиерството има изключително значение за туристическата индустрия. Тя характеризира използваемостта на ресурсите с цел постигане на високо качество и ефективност на хотелиерския продукт. „Хотелиерството е водеща сфера по абсолютен и относителен размер на реализираната печалба. Високата заетост на легловата база на хотелиерството е предпоставка и за добри икономически резултати на ресторантьорството, търговията на дребно и др., които се намират в рамките на хотелския комплекс”<sup>8</sup>.

#### *4. Алтернативи за конкурентоспособност на крайбрежния хотелски продукт*

Устойчивите конкурентни предимства в дългосрочен план на хотелиерския продукт са сложна, комплексна и динамична категория с относителна величина, определяна спрямо конкурентите на фирмата или спрямо друго собствено състояние в друг времеви момент. Детерминантите, които я определят, представляват комплекс от външни и вътрешни условия, които въздействат на резултатите от дейността и нивото на успехите спрямо тези на конкурентите.

Външните фактори обективно се определят от външната среда - пазара като цяло и в частност

от конкретната туристическа дестинация. Налице е голям брой независимо действащи един от друг продавачи и купувачи, висока степен на еднородност на продукцията или производствените фактори (капитали и труд), сравнително висока степен на свободно влизане и излизане на и от пазара, сравнително известни цени на суровините, висока степен на свободно движение на хора и капитали, т.е. условия, все по-близки до съвършената конкуренция.

Вътрешните фактори са свързани с вътрешната за фирмата среда и могат да бъдат класифицирани на материални и нематериални. Материалните са измеримите и квантифицируеми фактори, отнасящи се към активите на туристическото предприятие. Към тях се причисляват финансови, човешки, физически ресурси (сгради, материални ресурси, оборудване и други), операционни ресурси (процедури, инструкции, производствени технологии, системи за управление и контрол) и неосезаеми ресурси, наричани в практиката интелектуална собственост (патенти, марково име, знак и други).

В условията на глобализация хотелиерският бизнес се оказва в позиция на принуда да поддържа ниво и стандарти на международни равнища. Първа стъпка следва да представлява повишаването на информираността на всички нива, от правителствения сектор, през неправителствените организации до отделните бизнес субекти с всички заинтересовани страни. Втора стъпка е необходимостта от възприемане за устойчиво развитие на предприятията на туристическата индустрия като единствен начин за постигане на дълготраен успех. Това означава съзнателно поемане на отговорност за действията си, намаляване на негативните и увеличаване на позитивните въздействия, гарантирайки така не само ползи за себе си, но и за околните, както и за идните поколения. Трета стъпка е повишаването внедряването на иновации в хотелиерството, въвеждане на нови и значително подобрени продукти, засилване на интелектуалния потенциал, като пряк път към тази стъпка са обученията на всички заинтересовани страни, специализирани отдели, подобряване на комуникацията с висшите училища и въвеждане на иновативни решения относно практики, подобряване на кадрова политика. Следваща възможност за подобряване конкурентоспособността на крайбрежните хотели е подобряването на имиджа на морските региони, включително ангажирането с екологични и социални проблеми, както и борба със силно изразения сезонен характер на туристическия продукт. Не на последно място предприяти-

8. Karadzhova, Zl., (2010) On the issue of quality management of hotel product – Journals of International Scientific Publications - EBSCO ISSN:1313-2555, volume 4, part 3, p. 244 - 254.



ята трябва да се стремят към придобиване на международни сертификати, признати в цял свят, и по този начин да докажат себе си както пред своите клиенти, така и пред своите партньори.

*Заклучение*

Множеството възможности за подобряване конкурентоспособността на крайбрежните хотели в контекста на синята икономика се развиват независимо една от друга, но могат и да се прилагат под формата на комбинации, на една симбиоза от постижения, притежаваща потенциала да окаже голямо влияние особено върху създаването на нови работни места. Описаното портфолио от алтернативи пред българското хотелиерство варира от иновативни бизнес начинания, наложили се на пазара, до група технологии, представляващи прекрасни идеи, които обаче се нуждаят от още време, за да постигнат пазарен успех. Ключът се крие в това да се обединят тези технологии, така че синергията да даде стратегическо конкурентно предимство на българското хотелиерство.

*Използвани източници:*

1. Велев, Мл. Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност. София, 2004. Софттрейд.
2. Кунев, К. (2001). Конкуренция: Теоретични аспекти и фирмено поведение.
3. Нешков, М. (2015), цит. съч., с.185 Свищов: СА „Д. А. Ценов“.
4. Рибов, М. (1977). Конкуренция и конкурентоспособност на туристическия продукт.
5. Poon, A. (1993). Tourism, technology and competitive strategies. Охон:СABI.
6. Karadzhova, Zl., (2010) On the issue of quality management of hotel product – Journals of International Scientific Publications - EBSCO ISSN:1313-2555, volume 4, part 3, p. 244 - 254.
7. [https://www.capital.bg/politika\\_i\\_ikonomika/bulgaria](https://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/bulgaria).

## ПРИЛОЖЕНИЕ НА СИНЯТА ИКОНОМИКА В БЪЛГАРСКОТО ХОТЕЛИЕРСТВО В КОНТЕКСТА НА МАРКЕТИНГ НА ВЗАИМОВРЪЗКИТЕ

Докторант Пламена Димитрова

В сравнение с традиционния маркетинг маркетингът на взаимовръзките е по-загрижен за изграждане на взаимоотношенията с клиентите с цел постигане на дългосрочни взаимни ползи за всички участващи страни. Маркетингът на взаимоотношенията притежава характера на качествена стратегия, която се стреми към все по-индивидуализирани отношения с потребителите.

Обект на изследване на текущата разработка е синята икономика и нейното приложение в българското хотелиерство, а предмет е маркетингът на взаимовръзките, чиято основна цел е да подпомогне развитието и приложението на синята икономика.

Маркетингът на взаимовръзките с клиентите е важен за организациите, които се стремят да стимулират лоялността на клиентите и да култивират посланици на марката. Разгледан в контекста на хотелиерството и синята икономика, маркетингът на взаимоотношенията е съсредоточен основно върху взаимоотношенията с клиентите; хотелите се стремят да задоволят нуждите на клиентите си, да подобрят удовлетворението им и да осигурят изключителен опит.

Подходът на маркетинга на взаимовръзките е многофункционален и интегративен, тъй като възприема маркетинга като интегрираща дейност, включваща функции в организацията, като акцентира и улеснява изграждането и поддържането на връзка във времето.

*Синя икономика - същност на концепцията*

„В основата на концепцията за синята икономика е отделянето на социално-икономическото развитие от влошаването на околната среда, което традиционно се разглежда като световно статукво.“<sup>1</sup> Подчертават се потенциалните предимства при свързването и комбинирането на привидно разнородни екологични проблеми с научни решения с отворен

код, базирани на физически процеси, които са общи в природата, за създаване на решения, които са от полза за околната среда и които имат финансови и по-широки социални ползи. Концепцията подсказва, че можем да променим начина, по който управляваме нашите промишлени процеси и се справяме с екологичните проблеми, пренасочвайки се от използването на редки и високоенергийни ресурси, за да търсим решения, базирани на по-прости и почисти технологии. Синята икономика има за цел да вдъхнови предприемачите да възприемат своите прозрения, като демонстрират начини, по които това може да създаде икономически ползи чрез създаване на работни места, понижено потребление на енергия и повече потоци от приходи от всяка стъпка от процеса, като същевременно се облагодетелстват засегнатите общности.

Синята икономика преминава отвъд глобализираната и зелената икономика. Според Гюнтер Паули - белгийски предприемач и писател, е настъпило време да се премине към конкурентен бизнес модел, който отговаря на основните нужди на всички с това, което е на местно ниво.

„Опитвайки се да обобщим нов начин на мислене за важността на бизнес моделите и връзката им между устойчивостта, техническите иновации, създаването на работни места и международното развитие, Паули търсеше ново цветово решение, което би могло да подчертае преминаването от гледна точка на зеленото към синьото, по-специално по отношение на морето или морския транспорт. Той беше просто предназначен да бъде алтернатива на зеленото. Намерението беше да се подчертае, че планетата, която изисква защита, е синя.“<sup>2</sup>

„В бизнеса компаниите предпочитат да увеличават печалбите си и пазарния си дял, пренебрегвайки социалните разходи за местната общност, като произвеждат там, където разходите за единица продукт са най-ниски. Корпоративните и политическите решения никога не вземат предвид създаването на пълна заетост като възможен вариант.“<sup>3</sup> Собствениците на хотели са се фокусирали прекомерно върху намаляването на разходите и следователно са преследвали глобална стратегия, която търси най-евтиното и гъвкаво място за производство или пре-

1. Smith-Godfrey, S., Defining the Blue Economy, Journal of the National Maritime Foundation of India, Vol.12, № 1, 58-64, 2016, p. 58

2. Bueger, Chr., Concepts in practice: The case of the „Blue Economy“, Draft Chapter for “Concepts in Action/at Work: On the Meaning of Concepts in International Politics”, edited by Piki Ish-Shalom, forthcoming 2017, p.5.

3. Pauli, G., The Blue Economy: 10 Years, 100 Innovations, 100 Million Jobs, USA, 2010, p. 238.

доставяне на услуги. Въпреки това стремежът към все по-евтини продукти доведе до по-голямо лишаване от пари в местните икономики, които имат по-малко работни места, но също така и по-малка покупателна способност, което води до по-малко пари в общността, което води до икономическо свиване в многобройни икономики.

Нуждаем се от модел, който позволява на производителите да предлагат най-доброто на най-ниските цени, като въвеждат иновации, които генерират множество предимства, а не просто увеличени печалби. Докато корпоративните ръководители желаят да постигнат икономии от мащаба, базирани на стандартизирани продукти, гарантирани в световен мащаб чрез доставки точно навреме и аутсорсинг, където производителността на труда е ключът към успеха, безработицата ще продължи да нараства, докато голяма част от населението е изключено. Въпреки това, ако бизнес моделът се развие към пълното използване на всички налични ресурси, клъстери за по-високи нива на ефективност, тогава възниква нов модел.

*Специфични характеристики на хотелиерството в контекста на маркетинга на взаимовръзките*  
„Хотелиерството представлява по-голямата част от цялата туристическа структура в дадена държава. То е свързващото звено между туристите и туристическите ресурси.“<sup>4</sup>

Хотелиерската стопанска дейност има редица особености:

- Капиталните вложения, инвестирани в заведенията за подслон и особено в заведенията от висока ценова категория, са значително по-големи от тези, вложени в ресторантърска мрежа.

- Значително по-големи са разходите при заведенията за подслон, които се извършват за тяхното поддържане в добро състояние и периодичната реновация и модернизация (през шест-осемгодишен период).

- Посещаемостта в хотелиерските заведения в морските и планинските курорти много силно се влияе от годишните сезони.

- Голям е размерът на постоянните разходи в тяхната обща сума.

В перспектива хотелиерството ще се развива със сравнително високи темпове, което от своя страна предразполага към устойчива и продължителна връзка между хотелиери и потенциални клиенти.

Все повече основна грижа на всички, които работят в хотела, ще е клиентът да остане доволен, защото ще се “продават” преди всичко обстановката, приятната атмосфера, уютът, а клиентът дори вече гарантира със своята лоялност. Именно тук е основната роля на маркетинга на взаимовръзките, който взема под внимание индивида с всички негови характеристики, отчитайки всички аспекти на неговия живот към дадения момент и обстоятелства, като се стреми да трансформира всяка трансакция във продължителни взаимоотношения, изхождайки от принципа, че покупката е само един етап от много комплексен сложен процес.

Маркетингът е съвкупност от стойности, която поддържа определени културни характеристики на компанията. Но той е и техника, която мениджърите използват, за да разпределят по най-добрия начин ресурсите, необходими за постигането на определени конкретни цели в условията на конкуренция и динамичен пазар. Необходимо е икономическата ефективност и качеството на взаимоотношенията с потребителите като отделни стратегически елементи в маркетинга да се познават добре. Лидерството на пазара не означава господство и притежаване на най-голям пазарен дял. Тези, които се адаптират и действат бързо, могат да разчупят маркетинговите правила. Това може да се постигне чрез взаимност, взаимозависимост, партньорство и прозрачност в комуникацията с клиента. Затова е нужно да знаем какво е значението на взаимоотношенията, какви са предпоставките за изграждането на успешни взаимоотношения, каква е стратегията на маркетинга на взаимовръзките.

Светът се е променил драстично и основната цел на организациите вече не е приложимостта на продуктоцентричния бизнес модел. В редица случаи той не е достатъчен, за да гарантира функционирането на компаниите, в това число и на хотелите, в дългосрочен аспект. Това е породено от факта, че оцеляването на фирмата в настоящата динамична конкурентна обстановка е свързано с фокусиране върху взаимовръзките с клиентите. „Този фокус изисква осъществяване на дейности по задържане на клиентите, формиране на взаимоотношения с тях и третирането им като специални, ценни партньори на компанията...“<sup>5</sup>

„Все по-голяма част от компаниите осъзнават не-

4. Thomas, R., Small firms in the tourism industry: Some conceptual issues, International Journal of Tourism Research 2 (5), 2000, pp. 345-353.

5. Павлова, Д. Приложение на клиентоцентричен подход - предимства и предизвикателства. Сборник с доклади: Маркетингът - опит и перспективи, Изд. Наука и икономика, Варна, 2017 г., стр. 236.

обходимостта от поддържане на трайни взаимоотношения с клиентите, задълбочаване на контактите и управление на лоялния клиентски портфейл по начин, максимизиращ дългосрочната рентабилност и възвръщаемост на инвестирания капитал.<sup>6</sup>

„В маркетинга на взаимоотношенията вниманието е фокусирано върху цялостното взаимно разбирателство между продавача и купувача, а не просто върху размяната между тях. Той се състои в изграждането и поддържането на взаимоотношения, при които потенциалните клиенти се превръщат в клиенти, а клиентите - в поддръжници и приятели.“<sup>7</sup>

За да бъде ефективно приложението на синята икономика в хотелиерството в контекста на маркетинга на взаимовръзките, е необходимо да се работи в няколко насоки за изграждане на връзка с клиентите:

- отношения на членовете един към друг;
- отношения със служителите;
- отношения с тези, на които продават - клиенти;
- отношения с онези, от които купуват;
- отношения с обществото като цяло.<sup>8</sup>

Приложението на маркетинга на взаимовръзките в хотелиерството осигурява непрекъснато проучване на настоящи и потенциални клиенти и поддържане на база данни за тях. Съвременните информационни технологии и комуникации позволяват този процес да се осъществява бързо, с малко разходи и в реално време, т.е. в момента на постъпване на данните те могат да стават достояние на всички, които се нуждаят от тях. „Проучването на клиентите осигурява познания за техните характеристики, предпочитания и желания, мотиви за покупка и потребление, потребителско поведение и навици.“<sup>9</sup>

Повечето бизнеси се състоят от хора, които се подпомагат от технологии и процеси за мултиплициране на техните възможности и увеличаване на ефективността им. В хотелиерството е необходимо клиентската информация да се измества към фронт офисите, където клиентите и компанията взаимно-

действат. В по-широка перспектива служителите се превръщат в консултанти, работещи в посока увеличаване на потребителската стойност и стойността за компанията. „По-голямата част от служителите в съвременните компании, фокусирани върху маркетинга на взаимоотношенията, се преориентират от функционални експерти към изпълнители на процеси за специфични категории взаимоотношения.“<sup>10</sup>

Ролята и значението на маркетинга на взаимовръзките в съвременния свят, в т.ч. и в хотелиерството, непрекъснато нараства. Удовлетвореността на гостите и обслужването им в хотела до голяма степен се формира на базата на това, доколко добре функционира маркетингът на взаимоотношенията. Предимство, произтичащо от него, е увеличена рентабилност, която произтича от задържане за разлика от привличане на нови клиенти. Първо, задържане на клиентите може да се определи като способността на оферта на фирмата да накара клиент да закупи продукт за определен период от време. Това се случва, когато хотел приема ориентация за управление на клиенти, където тя се стреми да прилага маркетинг на взаимовръзките с оглед да запази своите клиенти. Задържането на клиентите намалява разходите за маркетинг. Това означава, че хотелите трябва да похарчат потенциално по-малко пари, за да привлекат клиенти, отколкото от разходите, свързани със загуба на съществуващите. Хотелът може да се фокусира върху по-големи разходи, върху по-заможните членове от своите клиенти, тъй като те представляват по-голям дял от печалби за компанията в сравнение с обикновения клиент. С тези мерки и разбиране на концепцията за задържане на клиентите на едно място хотелите могат да се възползват за увеличаване на печалбата като предимство на маркетинга на взаимовръзките. „Маркетинговите мениджъри трябва да отстояват пред мениджърите на фирмите необходимостта от дългосрочно срещу краткосрочно планиране. Необходимо е промяна в мисленето на топ мениджърите, а именно, че разходите за маркетинг и особено тези за задържане и развитие на клиентите са по-скоро инвестиции, които имат пряка връзка с ефективността на маркетинга на фирмата.“<sup>11</sup>

6. Първанова, К. Ефекти от клиентската лоялност. Сборник с доклади: Маркетингът - опит и перспективи, Изд. Наука и икономика, Варна, 2017 г., стр. 478.

7. Анастасова, Л., Маркетинг на взаимовръзките - съвременен подход за изграждане на лоялност към марката. Годишник на БСУ, том XXX. 2014 г., стр.11.

8. Tadjewski, M., S. Michael, Rethinking the Emergence of Relationship Marketing, Journal of Macromarketing, Volume 29, Number 2, 2009, p. 196.

9. Кадиева, Сн., Г. Рафаилова. Грижа за клиента . трето издание. Варга, Наука и икономика, ИУ, 2014, стр. 155.

10. Станимиров, Ев., Вл. Жечев. Структурна съгласуваност на концепциите „Маркетинг на взаимоотношенията“ и „Управление на взаимоотношенията с клиенти“. БСУ, Новата идея в образованието, 2016 г.

11. Анастасова, Л. Предизвикателства пред съвременния маркетинг: изводи за българските фирми в условията на засилена глобална конкуренция. Сп. Икономически алтернативи, бр. 2, 2010 г., стр. 38.



Тъй като крайната цел на маркетинга на взаимовръзките в хотелиерството е да се получи максимална стойност за клиента, лоялността на клиентите трябва да се подчертае, за постигането на тази цел. „Хотелите трябва да са научили, че не могат да купуват лоялността на гостите, а трябва да се съсредоточат върху изграждането на емоционална лоялност.“<sup>12</sup>

Ползите от маркетинга на взаимовръзките прозират от продължаващата връзка с лоялни клиенти, които подобно на партньори не са чувствителни към намаляване на цената с течение на времето. Взаимозависимостта, взаимното сътрудничество и ангажираност между доставчика и клиента са склонни да бъдат от съществено значение за маркетинга на взаимовръзките, като цялостното взаимоотношение се разглежда като ключов фактор за конкурентно предимство.

#### *Заключение*

Потребителското поведение вече не се свежда само до купуване на неща. Маркетингът трябва да открие нови алтернативи за разработване на остроумни и нестандартни идеи и възможности, за да могат компаниите да функционират успешно в новите условия. За да открием новостите в маркетинга, трябва да разгледаме какво е новото в пазарите и защо е необходимо преосмислянето на маркетинга. Промените в пазарите днес са толкова бързи, че установените модели на маркетингово поведение вече са неприложими. Днес фирмата е изправена пред безброй нови променливи, често отвъд нейния контрол. Наблюдаваните промени в туризма в резултат на глобализационните процеси в света изправят всички участници в бизнеса пред множество предизвикателства. В отговор на това за тях е от изключително значение какви точно маркетингови решения ще предприемат относно начините, чрез които да се реагира на глобалните промени. Става дума за приложение на маркетинга чрез съвременните му дейности и инструментариум.

Съвременният маркетинг прави възможно една компания да е печеливша, съсредоточавайки се върху интересите и ценностите на човека. Говорим за маркетинг на взаимовръзките, при който хотелите генерират печалби, създавайки по-висока стойност както за своите клиенти, така и за своите партньори и обществото като цяло.

Маркетингът на взаимовръзките има за цел да

направи света едно по-добро място, където съжителстват в хармония икономика, природа и общество. Синята икономика, разглеждана в контекста на маркетинга на взаимовръзките в хотелиерството, би могла да намери своето приложение като една сравнително нова концепция, имаща за цел както да подпомогне използването на океанските ресурси по устойчив начин, така и да насърчи растежа и заетостта в хотелските организации.

12. Bowen, J., Shoemaker, S., Loyalty: A Strategic Commitment, The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Volume 39, Issue 1, February 1998, p. 12.

## СТАРИ И МАЛКО ИЗВЕСТНИ СВЕДЕНИЯ ЗА СОЛНИЦИТЕ В ПОМОРИЕ

Милчо Скумов

Производството на морска сол е традиционен поминък за Поморие и до началото на 20-те години на XX век е единствено по българските земи. То предизвиква интереса и е предмет на многобройни изследвания на химици<sup>1</sup>, инженери<sup>2</sup>, финансисти<sup>3</sup>, икономисти<sup>4</sup>, историци<sup>5</sup>, географи<sup>6</sup>, етнолози<sup>7</sup>, на описания на пътешественици<sup>8</sup>, публикации в пери-

1. Караогланов, З. Нашите солници и тяхното производство. – Химия и индустрия, 1924, кн. 7-8, с. 205 – 216, кн. 9-10, с. 271 – 278; Солните ни градини при Анхиало. – Природа, 1926, № 3, с. 33 – 36; Криза-та в солното ни производство – Химия и индустрия, 1934, кн. 5-6, с. 181 – 191; Караогланов, З., М. Д. Хаджиев. Химически изследвания върху продукти от солниците в Анхияло, Атанаскьой и Провадия. – Годишник на Софийския университет, Т. 22, 1926, кн. 2, с. 235 – 347; Йоцов, Л. Природни фактори в нашето солопроизводство край Черно море. – Годишник на БИАД, 1936, с. 100 – 105; Солният проб-лем у нас. – Годишник на държавното висше училище за финансови и административни науки, С., т. I, 1941, с. 1 – 91.

2. Минков, В. Анхиалски солници (ръкопис), 19.03.1928 г., ЦДА, ф. 1450к, оп. 1, а. е. 1.

3. Иванов, Ю. Налога върху солта в Княжеството. – Списание на Българското икономическо дружество, 1900, кн. 2 и 3, с. 57 – 127, кн. 4, с. 201 – 223, кн. 5, с. 273 – 291.

4. Бешков, П. С. Солопроизводството в България. – Стопански вести на Софийската търговско-индустриална камара, 1939, № 10, 11, с. 1811 – 1813; Аврамов, Р. Анхиало, 1906: Политическата икономия на един етнически конфликт. – В: Поморие. Древност и съвремие, 2011, с. 255 – 311.

5. Шкорпил Х. В. Природни богатства в целокупна България, 1884, Пловдив. Führer F. A. – Salzbergbau und Salinenkunde, S. 286, 287; von Buschman, J. O. F. Das Salz, I Band, Leipzig, 1909, S. 601; Гроздано-ва, Е., С. Андреев. Способи и съоръжения за добиване на сол по българското Черноморие през XVII – XIX в. – Българска етнография, 1982, кн. 1, с. 14 – 22.

6. Ризов, Б. Солниците при гр. Поморие. – Географски преглед, 1950, кн. 4-5, с. 20 – 23.

7. Райчевски, С. Традиционни начини за добив на сол по западния бряг на Черно море. – Българска етнография, 1992, № 3, с. 49 – 56.

8. Маркова, З. Руско консулско донесение за Бургас и Бургаския район от 1962 г. – Известия на държавните

одиния печат<sup>9</sup> и в популярната литература<sup>10</sup>.

Устройството на солниците и прилаганите технологични методи са изчерпателно представени в цитираните, а и в други публикации. Отбелязва се, че до към средата на XX век начинът на производство не се е променял съществено. Описани са техническите средства, използвани в производството. Едновременно с това в литературата се срещат сведения за характерни технически особености в устройството на поморийските солници и в прилаганата технология, които са малко известни или напълно забравени, споменават се рядко и се отличават от общоизвестното за солниците и за солопроизводството в Поморие.

Целта на настоящото изследване е да представи стари, малко известни или напълно забравени конструктивни особености на солниците в Поморие и специфични технически съоръжения в солодобива, използвани през отминали периоди.

Традиционните солници в Поморие са известни по старото име на града - анхиалски солници. Производственият процес се състои в изпарение на солената вода в последователно разположени басейни с постепенно повишаваща се концентрация на солта. С вода от Поморийското езеро със соленост от 2 до 6°Вé<sup>11</sup> се зареждат изпарителните басейни (тигани), където концентрацията се повишава до към 25°Вé, след това се подава в по-малки басейни (кристализатори, солници), изпарението продължава и при 28 - 29°Вé солта кристализира. За икономически изгодно производство на сол чрез слънчево изпарение на морска вода определящи са природо-географските фактори:<sup>12</sup> солена вода с възможно по-висока концентрация на солта, широко равнинно и проветриво място за плитките басейни, достатъчно плътен и непронпусклив за водата терен, топло и продължително лято, малко количество на валежите, особено през солодобивния сезон. Анхиалският тип солници в Поморие се използват до 1981 г. След реконструкцията през 1982 г. всички

архиви, 1976 г., с. 89 – 101; Чужди пътеписи за Балканиите, 1981, т. 4, с. 187 – 189.

9. Марица, Пловдив, 1882, бр. 389, 391, 393, 404.

10. Иванов, С. Анхиалско езеро. – В: Черно море. Общодостъпни студии, кн. I, Варна, 1925, с. 58 – 67; Анхиалски солници. – В: Морска библиотека, бр. 2, Варна, 1922, с. 15 – 18.

11. Скалата на Боме е разработена през 1768 година от френския фармацевт Антоан Боме (Antoine Baumé) за измерване на плътността на различни течности. Използва се за измерване концентрацията на солената вода.

12. Йоцов, Л. Природни фактори ...

солници са преустроени в солници от т.нар. индустриален тип. Понастоящем действащи анхиалски солници у нас има само в музея на солта в Поморие.

Кристализаторите на анхиалския тип солници са басейни с площ от 80 до 100 кв. м, дълбочина 10 - 15 см, обикновено с правоъгълна форма (Сн. 1).



Снимка 1. Солниците в Поморие през 30-те години на XX век (снимка П. Калъчев)

Оградени са с дъски, заковани на дървени колчета, забити в земята откъм вътрешната страна на басейна. Единствено в студия от 1926 г.<sup>13</sup> Караогланов и Хаджиев съобщават, че ограждането на солниците в Анхиало с дъски е започнало към края на турското владичество, а по-рано са били оградени само с пръст, като в средата са били по-дълбоки. Няма данни откъде са получени тези сведения. Най-старото описание за оградени с дъски солници в Анхиало е от 1882.<sup>14</sup>

Оградени с тесни земни валове солници са известни от други места в Европа, например в Геранд на атлантическото крайбрежие на Франция (Сн. 2).



Снимка 2. Солници в Геранд (Guérande), Франция на атлантическия бряг (Wikipedia)

13. Караогланов, З., М. Д. Хаджиев. Химически изследвания ..., с. 260.

14. Марица ..., бр. 389, с. 2.

От тях може да се получи представа как са изглеждали нашите солници, ако се приеме, че сведението на Караогланов и Хаджиев се основава на достоверни източници. В подобни солници от Пиран, Словения (Сн. 3) описаната по-голяма дълбочина в средата е оформена като отделен по-дълбок участък в единия ъгъл на басейна. Предназначението му е в него да се събира всичката високосолена вода от солницата при очаквано дъждовно време. Чрез събиране на солената вода на по-малка площ намалява количеството на попадналата в нея дъждовна вода: същият обем вода има по-малка открита повърхност.



Снимка 3. Солници в Пиран (Piran), Словения на брега на Адриатическо море (снимка Hjalmar Dahm)

Вестник "Марица", издаван в Пловдив, през 1882 г. в четири броя публикува поредица от статии за производството на сол в Анхиало. Солниците са описани като басейни с площ 3-4 кв. м, оградени с букови дъски. Две години по-късно Х. В. Шкорпил дава същите необикновено малки размери на кристализаторите. Немски автор от 1900 г. пише за плоски правоъгълни басейни с размер от 3 до 4 кв. м.<sup>15</sup> Тези размери се срещат още веднъж в немско издание от 1909 г.<sup>16</sup> Тук авторът цитира сведения от 1893 г.,<sup>17</sup> откъдето са взети тези данни. Солници с подобни размери могат да се видят на о-в Малта и на други места по средиземноморските брегове, но това са оформени в крайбрежните скали малки басейни (Сн. 4). Друго отличие от известното устройство на анхиалските солници, описано в цитираните немски издания, е, че са оградени с дървени греди.

15. Führer, F. A. Salzbergbau und Salinenkunde. Braunschweig, 1900, S. 287.

16. Von Buschman J. O. F. Das Salz dessen vorkommen und verwertung im sämtlichen staaten der erde. Band I. Leipzig, 1909, S. 601.

17. Schmitter, A. Bergbau und Hüttenwesen in Bulgarien. - Berg- und hüttenmännische Zeitung, Band 52, 1893, S. 279.





Снимка 4. Малки солници на крайбрежните скали на о-в Малта ([www.flickr.com/photos](http://www.flickr.com/photos))

Изтъкнатият специалист по солдобива от първата половина на ХХ век инж. Л. Йоцов, управител на Фонд „Поморийски солници“ от 1935 до 1940 г., а по-късно професор в Софийската политехника допуска, че така може да е било много години преди Освобождението.<sup>18</sup>

Съществена характеристика на технологията за производство на морска сол е движението на солената вода от един басейн в друг. Първият басейн е източникът на солена вода - морето или соленото езеро, както е в Поморие, вторият басейн е изпарителният, където концентрацията на солта се повишава, а третият - басейнът, в който кристализира готварската сол. Където е възможно, движението на водата става по гравитация. Едва в първата четвърт на ХХ век започват да се въвеждат моторни, а по-късно и електрически помпи. Преди това в анхиалските солници са се използвали два вида съоръжения: „лавутистрия“ и „келеве“. Лавутистрията представлява голяма дървена люлееща се лопата, наречена „лавут“ или „лаут“, закачена на дървена рамка (Сн. 5). С нея водата от по-ниско разположе-



Снимка 5. Лавутистрия (Караогланов, З., М. Д. Хаджиев. *Химически изследвания ...*)

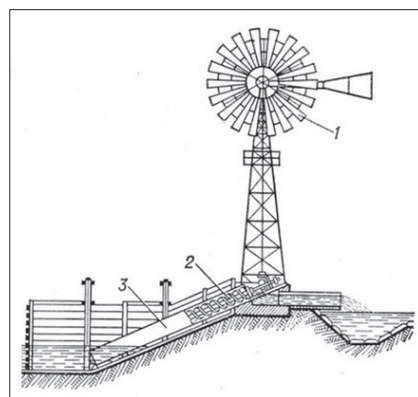
18. Йоцов, Л. Солният проблем у нас ..., с. 14.

ния канал, довеждащ вода от езерото, се прехвърля ръчно в по-висок канал, който отвежда водата в тигана: в долно положение лопатата загребва вода, а в горно - я излива. Келевето (Сн. 6) представлява водно колело, задвижвано от кон, подобно на използваните в градинарството колела - долапи. С него се прехвърля по-голямо количество вода, зареждат се повече солници или цяла местност. Водата се подава в по-широки канали, от които след това с лавути всеки от стопаните пълни своите тигани.



Снимка 6. Келеве (ЦДА, ф. 1579к, оп. 1, а. е. 117, л. 17)

Освен описаните две съоръжения споменатият по-горе вестник „Марица пише“,<sup>19</sup> че през 1881 г. е бил направен опит за използване силата на вятъра за прехвърляне на солената вода. Текстът е следният: „...лани се бе направила до мястото на дулапа воденица на вятъра, която върти един цилиндър от бяла тенекия, поставен в трап, пълен с вода. Този цилиндър като се върти изхвърля водата в една вада ...“ Очевидно става дума за архимедов винт (Сн. 7). Опитът се е оказал несполучлив, тъй като при първия по-силен вятър цилиндърът, изработен от недостатъчно устойчив материал, се е счупил. Според Райчевски<sup>20</sup> такива „вятърници“ са се използвали за известен период



Снимка 7. Архимедов винт. 1 - ветродвигател, 2 - винт, 3 - кожух (Большая советская энциклопедия, т. 5, с.190)

19. Марица, Пловдив, 1882, бр. 393, с. 8.

20. Райчевски, С. Традиционни начини за добив ..., с. 53.



в началото на XX век, но били изоставени поради непостоянството на вятъра, с което се нарушавало ритмичността на зареждането със солена вода. Вятърници в района на поморийските солници е имало на три места: в местността Голям герен - две, в местността Малък герен - две, и в местността Акти - една.

Подобен тип съоръжение, използващо силата на вятъра, има в солниците на Пиран, Словения (Сн. 8). Въртенето на двете платна се превръща в постъпателно движение на дървена клапа, поставена в дървен сандък. В долно положение клапата загребва водата, а в горно я излива в съседен канал.



Снимка 8. Помпено устройство, задвижвано от вятъра, Пиран, Словения (снимка Hjalmar Dahm)

Една друга позабравена особеност на анхиалските солници е изнасянето на събраната в кристализаторите сол с кошници. След като кристализиралата сол се събере на малки купчинки в самата солница и се остави известно време да се отцеди лугата, солта се изгребва с дървени или железни лопати или със специални дъски - хирóфтя (от гр. χεῖρόφτια - `ръкавици`) (Сн. 9) и с дървени едноколесни колички се изнася на определено място - кумулóтоп (от гр. κοῦμóβλα - `купчина` и τόπος - `място`) (Сн. 10). За изнасяне на солта с „кошчета“ пише Иванов<sup>21</sup> през 1900 г., но ги споменава едновременно с количките. Според Райчевски,<sup>22</sup> дървените колички „амаксопло“ (гр. αμαξόπλο - `количка`) са били въведени в началото на XX век, а преди това солта се е пренасяла с дървени кошници. Всеки солар носел по две такива кошници едновременно, вързани с въже, праметнато през врата му. Този начин на работа все още се среща по света (Сн. 11).

Описаните стари и малко известни особености

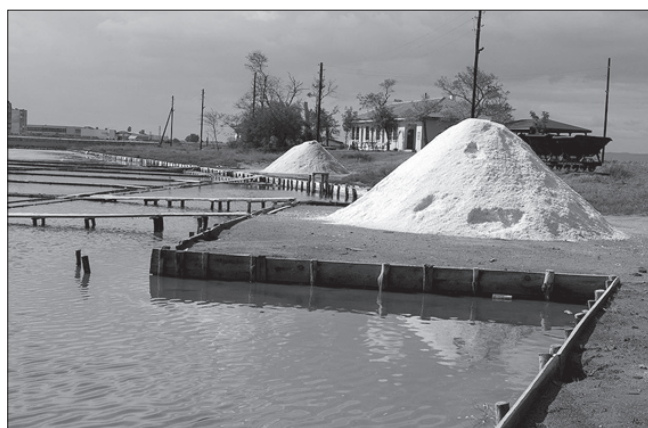
21. Иванов, Ю. Налога върху солта ..., с. 88.

22. Райчевски, С. Традиционни начини за добив ..., с. 52.

на солниците в Поморие и използваните технически съоръжения в тях допълват картината на производствения процес и свързаната с него материална култура. Те са резултат от хилядолетното развитие на техническите умения на местните солари и са част от нашето културно-историческо наследство.



Снимка 9. Соларски инструменти от Поморие: хирóфтя, количка, гребло (снимка Д. Карабашиев)



Снимка 10. Място за събиране на солта - кумулóтоп, музей на солта, Поморие (интернет)



Снимка 11. Изнасяне на солта с кошници, Индонезия (<https://www.gettyimages.com>)

## ПРИНЦИПНИ ПОДХОДИ ПРИ КОЛИЧЕСТВЕННОТО ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ИКО- НОМИЧЕСКИЯ РИСК ПРИ МОРСКИ ИНЦИДЕНТИ

Доц. д-р Стоянка Петкова-Георгиева  
Университет „Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас

Статията е посветена на някои практически примери относно принципното оценяване на икономическия риск във водните басейни. Един от основните проблеми на корабните дизайнери, строители и корабособственици е безопасността на корабите в морето. Рисковете, свързани с безопасността, са големи и се изразяват в загуба на човешки животи, увреждане на околната среда, на корабна собственост и на товари. Всички ангажирани с морските отрасли желаят да избегнат тези рискове. Това е отразено във вниманието, отделено на проектирането, строителството и експлоатацията на корабите и на образованието и обучението на операторите на кораба. Въпреки това използването на формализирани подходи за количествено измерване на рисковете във вероятностни единици изостава зад това в други индустрии, като например ядрената, в които често много високите последиците от инциденти са мотивирали прилагането на тези методи.

Използването на формализирани процедури за количествено определяне на риска и в подкрепа на решения, взети въз основа на това определяне се променя в рамките на морската промишленост. Статията има за цел да направи преглед на усилията в тази посока. Общото количествено определяне на нивата на рисковете, които съществуват в морския транспорт, могат да бъдат оценени въз основа на проучвания на базата на статистиката на произшествията. Тези изследвания позволяват определянето на еволюцията във времето на нивата на безопасност в глобален аспект, диференцирането на безопасността при различните видове, размери и възраст на корабите.

За да се придобие по-пълна представа за основните правила и стъпки при калкулирането на разходите при морските инциденти, е представена фигура 3, която онагледява някои модели на катастрофите, последициите от тях и разходите по тях. Изложението в статията дава възможност за придо-

биване на практически умения за това каква е необходимата икономическа информация, която трябва да се събере при различните типове морски инциденти.

1. *Приципи за вземане на решения от националните представителства като се използват оценяването на морския риск, анализът на приходите и разходите и на ефективността им*

Един от проблемите в басейна на Черно море, който винаги е бил основна грижа при различните видове произшествия, е потъването на кораби, което обикновено води до загуба на живота на повечето от екипажа и пътниците. Тази ситуация може да възникне в резултат от преобръщане, което води до напълване с вода. В допълнение, сблъсък или друг подобен тип увреждане може да доведе до напълване с вода, което може да се контролира само чрез разделяне на кораба на херметически затворени помещения, така че винаги да има достатъчно здрави такива, за да осигуряват необходимите условия за нормална плавателност. Аварията на “Титаник” през 1914 г. е пример за случай, в който се е смятало, че тази концепция е развита и изпълнена до такава степен, че да бъде корабът напълно сигурен при подобен инцидент.

Разделянето на кораба на херметически затворени помещения е може би една от първите концепции, в които са направени вероятностни оценки на риска при авария. Разработена е цяла теория на нарушаването на стабилността въз основа на вероятностни подходи, която е в процес на развитие и прилагане при международните правила.

Конструктивна неизправност е друга основна причина за инциденти и нарушение на целостта на корпуса, което води често до пълната загуба на кораба и пътниците. Теорията за структурната надеждност се използва от известно време за количествено определяне на вероятността за тези инциденти и приноса на различните компоненти към тях. На практика тези разработки се използват по-често за вероятностен дизайн и усъвършенстване на кодекса, отколкото за количествено определяне на реалното ниво на безопасност. Причината е, че за по-голямата част от произшествията са спомогнали човешки грешки във всички фази на процеса, т.е. проектиране, изграждане и експлоатация, а не остатъчният риск, присъщ на дизайнерските решения.

Водонепропускливостта често бива нарушавана от пукнатини вследствие на износване на материала, които се развиват по време на експлоатацията

на кораба, въпреки че те обикновено не водят до пълно разрушаване на кораба. Въпреки това тези структурни недостатъци могат да доведат до значителен разход при ремонти. Затова в тази област се използват подходи за надеждност, за да се определи количествено рискът от развитие на пукнатина и да се планира поддръжка.

Идеята, че употребата е вероятно основна причина за произшествията, води до обръщането на все по-голямо внимание на изучаването на тези дейности. Официални оценки на риска постепенно стават все по-често срещани в различните области на тази дейност.

В последно време опасенията за некачествени стандарти за управление и приносът на човешката грешка и недоброто управляване при морските произшествия мотивират въвеждането на Международно управление на безопасността (МУБ). Кодексът на МУБ е пряко свързан с компетентността на екипажа и общите оперативни въпроси на корабоплаването. Тъй като няма изискване за оператора да покаже, че има ефективна система за управление на безопасността, която включва всички идентифицирани рискове, то следва, че това може да бъде постигнато само ако се приеме подход за оценка на риска.

Друго интересно развитие е все по-голямото приемане от Международната морска организация (ММО) на тези видове подходи като основа на решения, водещи до регламентиране на дейността на морския транспорт. Тази организация въвежда като официален подход методиката за Оценяване на условията за безопасност (ОУБ) и вида проучвания, които използват формализиран анализ и количествена оценка на риска, като основа за рационални решения и всъщност насърчават няколко подобни вида изследвания по проблеми, които са от голямо значение в индустрията.

*2. Сводирание на разходните данни за оценка и контрол на риска от страните от Черноморския басейн*

Статистиката за честотата на смъртност в резултат на инциденти осигурява общ поглед за нивата на сигурност при корабоплаването. Тя позволява количествено да се определят реалните равнища на безопасност на различни видове кораби, както и основните начини на настъпване на авария.

Тъй като общата картина е относително стабилна, тук не се цели да се разгледат внимателно и да се сравнят публикуваните статистически данни, а само да се представи част от тях в подкрепа на ця-

лостната характеристика на ситуацията.

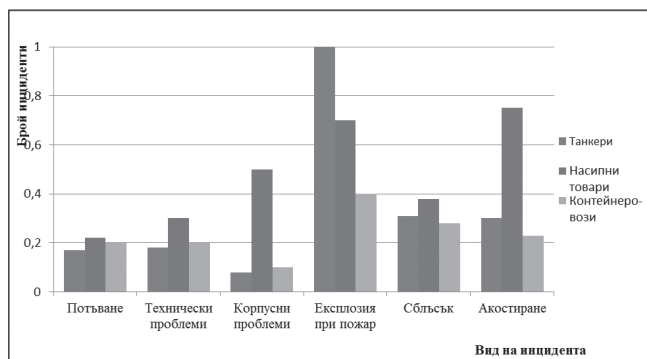
Една от най-старите бази данни, на които често се базират повечето от проучванията на глобални статистически данни, се управлява от Lloyds. Те разделят произшествията на следните категории: потъване - включва корабите, които потъват в резултат на лошо време, възникване на течове, счупване на кораба на две части и други причини, които не се вписват в останалите категории. Пожар и експлозия - обхваща случаите, в които експлозия и пожар са първото докладвано събитие. Сблъсък - включва кораби, погинали в резултат на удар или засегнати от друг кораб. Контакт - обхваща случаите, в които корабът се сблъсква с друг външен обект, който не е кораб, нито част от дъното. Тази категория започва да се отчита едва след 1980 г., като преди това бе включена в категорията сблъсък. Акостиране или засядане включва корабите, погинали в резултат на докосване на дъното на морето. Щети, нанесени от корпусната техника - включва произшествията, които са образувани от този тип инциденти.

Следва да се отбележи, че тази класификация се прилага за първото събитие, което е настъпило и не отчита други последствия, които може да са се случили в същото произшествие. Данните обикновено обхващат кораби, по-големи от 100 бруто регистър тона, което в общи линии покрива световния флот, но оставя извън себе си голяма част от риболовните кораби.

В допълнение към количественото определяне на общите нива на безопасност на корабите анализът на статистиката на произшествията показва как при различните видове кораби се наблюдават различни видове жертви. Тази информация може да се илюстрира, както е показано на Фиг. 1 за танкерните кораби, за корабите за насипни товари и контейнеровозите в периода от 2003 г. до 2013 г. Може да се види, че акостирането и пожарът или експлозията са най-често срещаният тип на първите събития в периода. Може да се заключи, че пожар или експлозия са най-важна първоначалната причина за инциденти в танкери, докато акостирането, пожар или експлозия и корпусни проблеми са важни първоначални причини за произшествия при корабите за насипни товари.

Следва да се отбележи, че годишният темп на произшествия поради пожар/експлозия и акостиране са намалели за периода от 2007 г. до 2017 г. Поради това средният годишен темп на тези две начални причини за произшествия може да бъде надценен в сравнение със сегашните стойности. Този факт





Фиг. 1. Разпределение на средно годишната честота на инцидентите в зависимост от вида на корабите

увеличава значението на други първоначални причини, като например контакт/сблъскване за всички видове кораби и корпусни проблеми, особено при корабите за насипни товари.

Често корабните инциденти са причинени от комбинация от случайни събития или процеси обикновено породени от дефекти в един или повече отделни компоненти, които трябва да функционират правилно за успешното приключване на задачата на системата. Тези отделни компоненти могат да включват повреди в оборудването, човешка грешка (т.е. човешката дейност, която надвишава определено ниво на приемливост), прекомерни натоварвания и др. Класификация на причините за корабни аварии е показана на Фиг. 2 въз основа на 10-годишно проучване на застрахователните искове в сектора на корабоплаването в периода между 2007 и 2017 година.

Както може да се очаква грешки на екипажа и на ръководителите на кораба са основната причина за инциденти. Ето защо не е изненадващо, че приблизително 80% от транспортните произшествия са причинени от човешки грешки във всички фази на процеса, т.е. проектиране, изграждане и експлоатация и не на остатъчния риск, присъщ на дизайнерските решения. Това е възбудило интерес към разработването на методологии и улавя същността на човешките грешки в морските произшествия и ги съхранява в база данни за по-нататъшно статистическо проучване.

### 3. Принципно подходи при процесното калкулиране на разходите при морските инциденти

Процесът на калкулиране на разходите при морските инциденти не е лесен за описване. Причината за това е, че всяка морска катастрофа е съпроводена от специфични условия, които трябва да се вземат под внимание, и това прави тази задача



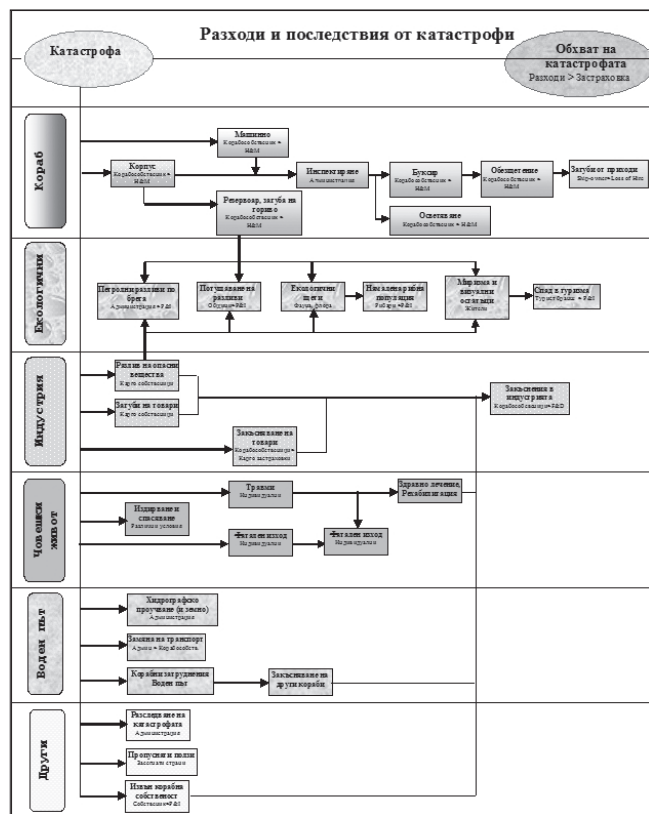
Фиг. 2. Дялов процент от възможни грешки при корабна злополука

много трудна. Обичайната комбинация от стъпки, която формира модел на каквото и да било процес, в този случай е трудно решение. В практиката са известни много примери за това какво би трябвало да бъде включено в един процес на калкулиране на морските катастрофи. Разнообразието от различни подходи за това доказва, че е наистина много трудно да бъде точно описан този процес с единен модел, който е комбинация от конкретни и специфично дефинирани стъпки. Ето защо е възможно само да бъдат дадени някои основни насоки за принципния подход към този процес.

Информацията по разходите за инцидентите е важна за оценяването на пропуснатите ползи и нивото на поетия риск чрез контролиране на параметри, които да доведат до минимизиране на вероятността от повторемост на съответните инциденти. Всеки вид инцидент пряко или косвено се съчетава с въздействия върху човешкия живот или човешките злополуки (екипаж, пътници, и трети страни), с въздействия и върху кораба, претърпял инцидента, върху околната среда, върху индустрията, върху състоянието на водата и бъдещото ѝ използване, както е илюстрирано на обобщения модел, посочен на фигура 3. Корабособствениците, националните служби, примерно спасителни служби, екологични организации, способни да стабилизират екокатастрофи, пожарни служби, и служби по разследване на морски инциденти - всички те могат да генерират допълнителни разходи по овладяването на инцидента. Ако е налице и екологична ката-



строфа, тогава са присъщи и допускането не само на директни разходи, но и на индиректни разходи, примерно свързани със щети върху икономиката на индустрията в съответната държава, щети върху туризма, социално-икономически щети и др.



Фиг. 3. Обобщен модел на последствията от морски катастрофи, които могат да са в резултат от корабни инциденти като потъване, сблъсък, засядане и др.

Някои разходи по морски инциденти могат да се калкулират директно във фискален размер, примерно повредите по самия кораб, повредите по карго-товарите, разходи по престои поради неизправност, медицински разходи за трудови злополуки, разходи за ползвани услуги от спасителни операции от национални органи към прилежащите територии, на които се е случил инцидентът и др. Други повреди могат да се оценят косвено („индиректно“) във фискален размер, но преди това да бъде възможно, те се неуждаят да бъдат калкулирани съгласно различни видове методики. Такива повреди са примерно човешките фактори за допуснати грешки, довели до съответния инцидент, физически изменения върху бреговете и въздействието върху околната среда и др. Възстановителите разходи по кораба могат да включват и закупуване на скъпоструващи матери-

али като примерно подмяна на стомана (цената на тон стомана е около 2500 евро), подмяна на бордово оборудване и компютърен хардуеър, ремонти в машинното отделение, разходи по непредвиден престой на пристанище и др. Обикновено най-високи са разходите по корабните повреди. Разходите по възстановяване на щетите по карго-товарите варират и зависят от количеството и вида на самия товар.

Анализът на данните за броя на жертвите при плавателни инциденти, разгледани в настоящата статия, определят основните видове „погиване“ на кораби вследствие на пожар, експлозия, акостиране, сблъсък и потъване. В много случаи причините като сблъсък и акостиране са свързани с човешки грешки при работата на корабите. Често случаите на оперативни грешки могат да бъдат причина за загуба на кораб. Корабът може да потъне в резултат на липсата на достатъчно стабилност в незасегнато или в повредено състояние, на голяма амплитуда при плаване, което дори може да е предизвикано и от непостоянност на параметрите или на повреда на структурата при екстремно натоварване или поради износване на гравитивния материал.

Рискът от инцидент, свързан с различните механизми, е изследван от много автори през годините, като се използват различни подходи. Подробен анализ е извън целите на тази статия, тъй като се направи кратък обзор, за да се посочи видът на проблемите, които са взети под внимание.

Корабите са проектирани така, че да плават в изправено положение (не под наклон) в неповредено състояние. Това е функция, която зависи от геометрията на подводния обем и на разпределението на тежестта. В общи линии тегла, разположени високо, допринасят за намаляване на първоначалната стабилност, но те не се избягват напълно поради оперативни причини и защото много висока степен на стабилност в изправно състояние би довело до много високо (и неприятно) ускорение под въздействието на морски вълни.

Когато вълните приближават кораба откъм кърмата, има три различни механизма, които могат да се развият - чиста загуба на устойчивост, сърфиране по вълните, последвано от обръщане напреки на вълните и рязко покачване на параметрите, въпреки че последният може да се появи с насрещни вълни. Също се очаква корабите да имат достатъчна стабилност дори и след някои ограничени щети, свързани със сблъсъци. Това е така наречената устойчивост на повреди, която може да бъде оценена с вероятностни подходи. Всъщност ММО е издала

наредби, основани на вероятностни подходи.

В заключение основната класификация на последиците от морски инциденти, които трябва да бъдат обхванати от един финансов отчет на разходите по разследването им и които бяха разгледани в настоящата статия, включват разходи за човешки живот (фатален край и трудови злополуки), разходи по повреди по кораби и разходи за вреди и щети, нанесени върху околната среда. За съжаление в настоящия си вид повечето отчети не осигуряват икономическа информация във вид, който да е полезен за всички държави, т.е. в универсален (унифициран) вид. Затова трябва да се направят нужните стъпки към решаването на този проблем - примерно да се обединят отчетите при оценяването на „почистването” на околната среда при даден морски инцидент или при оценяване на щетите по самите кораби и най-вече на разходите, които съпътстват цялостния процес около самия морски инцидент и около овладяването на последствията от него. Нужната документация за инцидентите може да бъде предвидена, но е трудно да бъде точно характеризирани (описана), защото варира в зависимост от спецификата на всеки идентичен случай на морски инцидент и на опасностите, произтичащи от него. Затова на този етап практиката показва, че е доста сложна задача да се създаде универсален процес на отчитане на икономическа информация по отношение на разследването на всеки морски инцидент.

#### *Литература:*

1. Караджова, Зл., Ст. Петкова-Георгиева, Икономически риск при морски екокатастрофи в Черно море: последици за българския туризъм, годишник на Университет „Паисий Хилендарски”, стр. 272 - 277, Пловдив, 2014 г.

2. Петкова, Ст., Караджова, Зл., Екологичното състояние на Черно море и българския туризъм: Въздействие и последици от морски катастрофи, книга към научен форум „Морето - граница или врата”, стр. 41 - 45, Бургас, 5-7 декември 2015.

3. Petkova-Georgieva, St., Принципи на управление на икономическия риск - връзки с екологичното състояние на Черно море - въздействие и последици / The principles of Economic risk management - Relationships, impact and consequences with the Black Sea ecological state, final book “Risk management and assessment for prevention of ecological and technological risk in the Black Sea basin”, стр. 16 – 24 (на български език), р. 25 - 34 (на английски език), Бургас, Bulgaria, 9-12 July 2015.

4. Petkova - Georgieva, St., P. Petkov, Показатели за изследване на екологично-икономически риск за мониторинг система при морските катастрофи в Черно море / Ecological economic risk indicators for The Black Sea monitoring system of marine accidents, seminar “Black Sea accidents-analysis of reasons and consequences”, стр.75-80 (на български), стр. 81 - 85 (на английски), Constanta, Romania, February 6 th-9th, 2014.

## НЕОБХОДИМОСТТА ОТ КОНСУЛТИРАНЕ И СПЕ- ЦИАЛИЗИРАНО ОБУЧЕНИЕ В СФЕРАТА НА СИНЯТА ИКОНОМИКА ЗА ЕВОЛЮ- ЦИЯТА НА ПРЕДПРИЕМАЧЕ- СТВОТО В УСЛОВИЯ НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Виляна Русева, докторант  
Бургаски свободен университет

Концепцията “синя икономика” има за цел да насърчи икономическия растеж, социалното приобщаване и опазването или подобряването на средствата за препитание, като в същото време се гарантира опазването на околната среда, устойчивостта на океаните и крайбрежните райони. В основата си се отнася до отделянето на социално-икономическото развитие чрез секторите, свързани с океаните, и дейностите, свързани с околната среда и деградация на екосистемите. Той изхожда от научните открития, че океанските ресурси са ограничени и че здравето на океаните е намаляло драстично поради антропогенни дейности. Тези промени вече се чувстват дълбоко, засягащи човешкото благосъстояние и обществата, а въздействията вероятно ще се увеличат в бъдеще, особено с оглед на планираните растеж на населението.

Синята икономика има различни компоненти, включително установените традиционни океански индустрии като например рибарството, туризма и морския транспорт, но и нови и възникващи дейности като например офшорна енергия от възобновяеми източници, аквакултури, дейности за добив на морско дъно и морски дейности, биотехнологиите и биологичното наблюдение. Редица услуги, предоставяни от океанските екосистеми и за които пазарите не съществуват, също допринасят значително за икономическите и други дейности като улавяне на въглерод, защита на крайбрежието, изхвърляне на отпадъци и наличието на биологичното разнообразие. Съчетанието от морски дейности варира във всяка страна в зависимост от уникалните национални условия и приетата национална визия, за да отрази собствената си концепция за синята икономика. За да се квалифицират като ком-

поненти на синята икономика, както се разбира тук, дейностите трябва:

- осигуряват социални и икономически ползи за настоящите и бъдещите поколения;
- възстановяване, защита и поддържане на разнообразието, производителността, устойчивостта, основните функции и присъщата стойност на морските екосистеми;
- да се основава на чисти технологии, възобновяеми енергийни източници и потоци от кръгови материали ще намали отпадъците и ще насърчи рециклирането на материалите.

Нашето Черноморие има потенциала да осигури растеж и работни места през следващите години. За да се постигне Blue Growth, са необходими висококвалифицирани и квалифицирани професионалисти. Въпреки това много от секторите на “синьо стопанство” срещат трудности при намирането на подходящи служители - и повечето сектори очакват тези трудности да продължат в близко бъдеще. Това се дължи на:

- разликата в уменията между предлагането на образование и потребностите на пазара на труда, особено по отношение на технологичното развитие и иновациите;
- липсата на комуникация и сътрудничество между образованието и икономиката;
- липса на привлекателност и осъзнаване на възможностите за кариера в синята икономика;
- липса на обща култура и грамотност в направление океанология.

С подписването на Бургаската декларация е заявено доброволното участие на България в развитието на Черноморския регион чрез характерните за синята икономика морски индустрии на рибарството, крайбрежен туризъм, енергетика и минералното производство, строителството на лодки, корабоплаването и пристанищата. То също включва нови и развиващи се отрасли като аквакултурата и технологиите за възобновяема енергия за вятърна, вълнова и приливна енергия, биопродукти (фармацевтични и селскостопански), син въглерод (улавяне на въглерод) и добиване на сол.

Концепцията “синя икономика” има за цел да насърчи икономическия растеж, социалното приобщаване и опазването или подобряването на средствата за препитание, като в същото време се гарантира опазването на околната среда, устойчивостта на океаните и крайбрежните райони. В основата си се отнася до отделянето на социално-икономическото развитие чрез секторите, свързани с океаните,

и дейностите, свързани с околната среда и деградация на екосистемите. Той изхожда от научните открития, че океанските ресурси са ограничен и че здравето на океаните е намаляло драстично поради антропогенни дейности.

Задачите, които трябва да залегнат в изграждането на работна група по делата на синия растеж (Blue Growth), главно могат да бъдат насочени в следните направления:

1. Обучение в сферата на морското дело и развиване на иновационни дейности и услуги за целите на синият растеж.

- инвестиране в знания;
- достъп до финансиране;
- достъпна цена на правата върху интелектуалната собственост;
- стремеж към напредък към постигането на оперативно съвместими стандарти;
- по-ефективно използване на обществените поръчки;
- уникалност в областта на научните изследвания.

2. Сформиране на консултантска група по практико-приложими въпроси с участието на тесни специалисти за целите на дейността, насърчаване на научноизследователската дейност.

3. Предприемане на научноизследователски дейности и на ниво държава консултантски услуги за подпомагане на страните в интегрирането на екологичните съображения в икономическата и търговската политика.

4. Консултант фискална политика.

В основата на всички аспекти е основната цел за стабилни икономически изследвания и политически анализи, включително генериране на количествен анализ и разработване на макроикономически модели, които оценяват ефектите от сините инвестиции на международно и национално ниво; идентифициране на благоприятни условия и възможности за национална политика в подкрепа на прехода към синя икономика. Фискалната политика може да играе ключова роля в прехода към синя икономика чрез мобилизиране на местни ресурси, стимулиране на частните инвестиции, промяната на моделите на потребление и подкрепа на социалната защита, като по този начин се допринесе за предоставянето на редица SDGs (sustainable development goals), например на вода и здраве.

5. Knowledge management - консултант.

Целта е да се създадат по-нататъшни научни изследвания и научни продукти, участие в между-

народните дискусии и организирането на технически семинари в областта на политиката за зелена икономика, по-специално подкрепа за подготовката и провеждането на фискални събития, включително регионални семинари и странични събития в съответните международни конференции. Асоциираните задачи включват: изготвяне на брифинг материали, идентифициране и предложения към потенциални лектори и участници, подготовка на комуникационни материали, насърчаване на събитията чрез различни канали и помощ с логистичната подготовка.

Извършване на изследвания и проекти за подпомагане развитието на нови проектни предложения по теми за екологичната икономика.

- Принос за текущи проучвания на фискалната политика, включително подкрепа за преглед, производство и разпространение на докладите.

- Подготовка брифинги и комуникационни материали по теми, свързани с фискални политики на синия растеж.

- Принос към други изследователски проекти в областта на политиката синя икономика.

- Идентифициране на възможности за повишаване на ефективността на управление на знанието и споделянето на знания чрез иновативни технологични решения (например оптимизация на уеб сайтове, приемане на нови инструменти и т.н.).

- Поддържането на връзки и проучване на възможностите за сътрудничество с други портали за управление на знанията и платформи.

- Идентифициране на възможности за нови партньорства, особено в развиващите се страни.

- Идентифициране на възможности за повишаване на ефективността на ангажимент партньор чрез иновативни технологични решения.

- Идентифициране на големи пропуски в знанията в зелено теория на растежа и практика и за отстраняване на тези пропуски чрез насърчаване на сътрудничество и координирани научни изследвания.

- С помощта на световно ниво за управление на знанията и комуникационни средства за осигуряване на лекари, политици както и други експерти с възможности за достъп, споделяне и използване зелен анализ на политиката на растеж, насоки, информация и данни.

- Ново изследване син растеж, анализ, курсове за обучение, мултимедия, онлайн инструменти, проекти и политики са отразени на интернет.

- (Показател: най-малко 20 нови ресурси от зна-



ния, добавени към уеб платформата).

- Нови процеси за споделяне на знания и механизми, включително нови и иновативни възможности за достигане са идентифицирани, проектирани и изпълнени (Индикатор: развитие на актуализирана стратегия за споделяне на знания).

- Предоставяне на консултантски услуги за развитие на иновативни дейности (нови инвестиции).

- Обучение и образование.

- Създаване на програми за корпоративна социална отговорност.

- Избор на източници и програми за финансиране.

- Подпомагане на организацията и дейността на общините и общинските предприятия (разработване на бизнес планове, изготвяне на тържни документи и др.), както и на съществуващи или учредени частни предприятия (подготовка на бизнес планове и т.н.).

- Приложения на информационните технологии (географски информационни системи, данни за околната среда, приложения за дистанционно наблюдение и т.н.).

- Проектиране - внедряване на системи за управление на околната среда, качество, здравословни и безопасни условия на труд (EMAS, ISO 14001 и ISO 18001).

Синята икономика е основен двигател на развитието. Нейната важност е широко измерена и призната в икономически, социални и екологични условия термини. Въздействието на регионално и местно ниво обаче не е измерено в пълна степен досега като система от показатели, основаващи се на надеждни данни измерване на точния ефект от дейности, пряко или непряко разчитащи на морето, все още не е разработена.

[1] MINISTERIAL DECLARATION TOWARDS A COMMON MARITIME AGENDA FOR THE BLACK SEA Burgas Declaration - 31 May 2018

[2] DECLARATION OF THE SUSTAINABLE BLUE ECONOMY FINANCE PRINCIPLES

[3] Increasing Long-term Benefits of the Sustainable Use of Marine Resources for Small Island Developing States and Coastal Least Developed Countries BLUE ECONOMY //World Bank Report//

[4] <http://www.livingprospects.gr/services-view/consulting-services/>

## ОПТИМИЗИРАНЕ ДЕЙНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЧЕРНОМОРСКИ РЕГИОН ЧРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ НА МЕТОДА БЕНЧМАРКИНГ

Доц. д-р Стоянка Петкова-Георгиева  
Университет „Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас  
Гл. ас. д-р Албена Янакиева  
Университет „Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас

В статията се разглежда бенчмаркингът като явление в областта на сравнителния анализ както и ползата от прилагането на метода за повишаване на конкурентните предимства на туристическите предприятия в Черноморския регион. Имплементирайки концепцията чрез сравняване на характерни за стратегическата група показатели, ще се осъществява своеобразна ориентация на организациите за мястото им спрямо най-добрите практики в областта и този анализ ще служи като мярка или стандарт за по-добри постижения.

### 1. Същностна характеристика на бенчмаркинг концепцията

Едни от основните причини за нарастващата популярност на бенчмаркинга в последните години е глобалната конкуренция и необходимостта от по-детайлно и всестранно изучаване на по-добрите постижения на конкурентните организации с цел собственото си усъвършенстване. По своята същност бенчмаркингът е сравнителен анализ и се свързва с учене, обмен на информация и въприемане на добри практики, които да доведат до постепенно подобряване на работата, т.е. развитие по експертно признати образци.

Бенчмаркинг практиките започват да разширяват периметъра на анализ и все по-мащабно се прилагат в множество вътреорганизационни процеси и функции на управление. Въвеждането му като модел за измерване и повишаване на конкурентоспособността в сектора на туризма умножи възможностите за преодоляване на пазарните проблеми и предостави модел за намирането на необходимите решения за тях. Сравнителният анализ на показатели за стратегическата група от туристически предприятия в Черноморския регион е средството, чрез което се осъществява своеобразна ориентация за

сравнение с най-добрите организации в областта и този анализ започва да служи като мярка или стандарт за добри постижения за повишаване на конкурентните предимства.

Като явление в областта на анализа бенчмаркингът се появява в средата на XX век, когато японски специалисти започват да посещават компании в САЩ и Западна Европа, за да проучат идеи, които впоследствие ще приложат успешно както в областта на производството, така и в мениджмънта. Редица изследователи в областта го определят като инструмент за оценка и анализиране на дейността на организацията, за улесняване трансфера на управленски практики и заимстването от звената и организациите, с които се сравняваме за дотигането на ефективни резултати, които да повишат ползата за клиентите и обществото.[1] Определянето на подходящия партньор се регламентира като процес в три етапа. Първият е свързан с бегъл обзор и оглед на всички налични източници на информация. При следващия етап се материализира системата чрез подробно описание на наличните до момента сведения. Едва при третия етап се прави избор на най-добрите подходящи партньори. Съпоставителният анализ се провежда по вид дейности, подразделения, компании, като основните въпроси по анализа са следните: Как го правят другите? Защо го правят по-добре от нас? Какви условия им позволяват това? Концепцията на бенчмаркинга подчертава, че всеки един процес, протичащ в бизнес организацията, трябва да бъде структуриран, маркиран по такъв начин, че да може да се определи доколко успешно протича той и да се планират вътрешни изменения, способстващи усъвършенстването им за в бъдеще. По този начин се установява защо и как организацията е достигнала до положителни резултати, които се разделят на показатели за дейността на организацията и начините, средствата и технологиите, с които това ще бъде изпълнено.[5]

„Ако процесът не може да се остойности, няма да може и да се управлява“ - е девизът на балансираната система от показатели като стратегически инструмент за усъвършенстване управлението в предприятието. Това правило засяга и бенчмаркинга. За да се знае какво може да се подобри в организацията, трябва да се измерят в стойности онези показатели, които да ни покажат в какво сме по-добри или по-лоши от останалите участници на пазара. Това са преди всичко параметри, важни за решенията на мениджърите върху какво да съсредоточат своята дейност. Изследват се силните и

слаби страни на фирмите. Резултатите показват на мениджърите къде и какво би могло да се добави и обратно - там, където се очертават прекрасни резултати, опитите за подобряване на дейността би била излишно разпиляване на енергия. Процесът би могъл да протича чрез система за обработка и анализ на данните, така че репрезентативният образец от фирми изпраща изследвани параметри за ефективност анонимно и получава обратно своята позиция в сравнение с останалите на пазара. Резултатите в повечето случаи могат бъдат онагледяване на мястото на изследваното предприятие в сравнение с останалите чрез стойностни параметри или само ориентационно, в стъпаловидно съставени отделни параметри. Бенчмаркингът е основан на принципа на синергията. [3] Този метод сравнява аспекти от дейността, които организацията иска да промени и подобри като услугите, информационните системи, финансови инструменти, персонал и др. Хектор Малано и Мартин Бъртън дефинират бенчмаркинга „...като систематичен процес на постепенно подобряване на организацията чрез сравнение с релевантни и достижими вътрешни и външни норми и стандарти”.

## 2. Приложение на бенчмаркинг анализа в туристическия сектор

В последните години понятието „бенчмаркинг“ се имплементира и в туристическия сектор. Приложението му позволи на туристическите предприятия да получават стойностна характеристика за конкурентите си на пазара и да видят мястото си в цялата стратегическа група. Важните параметри за измерване се събират в база данни, важни за сравнителния анализ. Бенчмаркингът в туризма е постоянен процес на изучаване и оценка на туристическия продукт и опита на сериозните конкуренти в бранша, явяващи се лидери. Включва вътрешна и външна оценка на състоянието на туристическата фирма спрямо останалите в региона, които се основават на определени обективни факти. Независимо от мащаба и аспектите на дейност на туристическите организации в района на Черноморското крайбрежие, е необходимо всички те постоянно да изучават и следват водещия световен опит и стандарти в спецификата на дейността и да внедряват нови ефективни технологии.

Значението на Черноморския регион в България е изключително важно за цялостното стопанско развитие на страната ни. Освен като стимулатор за общ икономически растеж значимостта му се подкрепя и от факта, че Черноморското крайбрежие е сред водещите туристически региони в Европа.

Всяка година между май и септември десетки милиони туристи идват в тази част на континента да прекарат тук летните си ваканции. По последни анкетни проучвания шест от десетте най-красиви черноморски града са българските: Варна, Бургас, Балчик, Приморско, Несебър, Созопол. Присъстват в класацията и Сочи, Ялта, Констанца, Одеса. Ефикасното въздействие от туристическата дейност на този регион в общата икономическа ситуация на страната налага прилагането на подпомагащи методи, свързани с конкурентен анализ на пазара на туристически услуги за устойчиво развитие на региона. Редица туристически организации по света често използват методи като бенчмаркинг, тотално управление на качеството, аутсорсинг и др., за да повишат ефективността и ефикасността на работата си и да предоставят по-добри услуги. В рамките на бенчмаркинга се анализират процеси, създаващи туристическия продукт, характерен за Черноморския регион и мястото му на пазара. Чрез сравнителна оценка на ефективността на изследваната и еталонна система по метода на аналогията се дава ориентир в използването на организационни форми и механизми на управление от компании със сходни организационни характеристики каквито са Черноморските туристически предприятия. Имплементирайки концепцията на конкурентния анализ, те си доставят информация за цели, най-нови технологии, специфика на организационни похвати, управленски, производствени и обслужващи процеси както и за методи на обслужване, насърчаване и продажба на туристическия продукт или услуга, характерен за района на българското Черноморие. Трябва да се каже, че тук не става въпрос само за копиране на по-добрите резултати и дейности, а за съотнасянето и приспособяването към собствените специфични условия на организацията.[4]

Основните принципи на функциониране на бенчмаркинга за региона могат да бъдат онагледени по следния начин:[2]

- изследване и анализ на собствените фирмени предимства и недостатъци - установяване на областите за подобряване;

- континуално сравняване на избраните сравнителни характеристики между собствената организация и бенчмаркинговите партньори по Черноморското крайбрежие;

- идентификация на отклоненията (празните места) в сравняваните характеристики и причините за тях;

- постепенна адаптация и внедряване на устано-



Фиг. 1. Петстъпков модел на бенчмаркинг

вените добри практики от региона, промяна в процесите и подобряване на ефективността на туристическото предприятие;

- мониторинг на подобрието и оценка на достигнатите резултати.

### 3. Фази на бенчмаркинг

Петфазният модел, по който се прилага бенчмаркингът в туристическата организация, се определя в следните стъпки - Фиг. 1.

За подобряване качеството на туристическите организации в региона основните ключови моменти, оказващи решаваща роля в изпълнението на бенчмаркинг концепцията, са:

- планирането на основния конкурент, най-добрата организация в района, дестинацията и протичане на сравнителния анализ;

- събирането на данните, необходими за анализа, както и определяне на измерители и тенденции и обработването на информацията;

- анализ на данните - остойността на събраната информация, определяне на силните и слаби страни, определяне на условията, водещи до подобряване на организационните цели;

- внедряване на резултатите от проведения анализ.

### 4. Методология на бенчмаркинга в туризма по Черноморието

Основата за оценяване на стратегически развиващите се туристически предприятия се изгражда от три основни изисквания и характеристики: стратегическа позиция в региона, туристическа привлекателност за заинтересованите клиенти и осъществимост на стратегията. Изхождайки от тезата за бенчмаркинга като процес на оценяване на

различни аспекти от дейността на туристическата организация, по отношение на организацията - образец в сектора, може да се определи също и конкурентната позиция на Черноморския регион като туристическа дестинация. Постигане на оптимални ефективни и ефикасни резултати от приложението на концепцията се осъществява чрез разработане на планове за внедряване на приложими елементи от еталонните образци в целевия обект с цел подобряване на дейността му по ключови показатели. Основна методика при сравняването на туристическата ефективност на организациите, извършващи сходна и характерна за региона дейност, е следната:

1-ви етап: Определяне на водеща туристическа фирма в Черноморски регион, срещу която ще бъдат сравнявани целевите организации в сектора, които имат сходни характеристики на туристическата среда и ще се сравняват по предлагания туристически продукт.

2-ри етап: Основните фактори, класифицирани по степен на важност от експерти анализатори в областта на туристическия анализ, се остойносттават, като им се дават различни теглови коефициенти, чийто сбор следва да е равен на 1,0.

3-ти етап: За всеки от факторите за успех се дават стойности от 1 до 10 (от най-ниско до пълно съответствие с оптималното състояние) на база на експертна дискусия и се извършва оценка на представянето.

4-ти етап: В този етап се умножават стойностите на всеки от факторите по тегловите коефициенти и се сумират резултатите, онагледени в табличен вид. Получават средно претеглени стойности при извършването на оценката, които са статистически



значими, и по този начин се постига реалистична оценка на всяка една от сравняваните организации с организацията образец.

5-ти етап: Стойностните резултати дават възможност за приоритизиране и анализиране на отделните фактори, които характеризират туристическата организация в региона, и дават възможност за получаване на обективна оценка за реалното състояние не само на нейното, но и на няколко в региона, което ще охарактеризира състоянието му.

6-ти етап: Краен етап в процеса по конкурентно маркиране, при който се предлагат мерки и действия за прилагане, които да дадат възможност на изследваните туристически предприятия да постигнат в разумни срокове реални резултати, близки до параметрите на водещите конкуренти в региона..

Основните показатели за туристическата организация, функционираща в Черноморски регион, параметрите на които могат да се анализират с конкретни бенчмаркинг пройоми, са:

- разнообразие на предлаганите туристически продукти;
- качество на туристическите продукти;
- достъпност на туристическите продукти;
- уникалност на предлаганите продукти;
- имидж на туристическата организация сред останалите в региона;
- ниво на обслужване на туристите;
- мениджърски умения за създаване на траен екип от служители;
- езикови умения;
- прилагане на техники за анимация;
- възприемане на туристическата организация от страна на туристи и др.

Не бива да се пренебрегва и факторът качество и състояние на туристическата инфраструктура за осъществяване на туристическия продукт.

Методите и процесите са обект на постоянна промяна. Това, което наскоро е било най-доброто постижение, скоро ще стане стандарт или дори ще падне под него. Следователно е необходимо редовно да се проверява дали идентифицираните най-добри показатели са все още валидни. За актуализиране на информацията, свързана с промяна на бенчмаркинг параметрите в рамките на туристическата организация, бенчмаркинг анализът следва да се прави периодично, за да може да се прецени и вземе ефективно управленско решение за нови стратегически операции по достигане на образцовите стойности. Анализът на върховите постижения не е еднократна операция, тя трябва да бъде формално установена

от една туристическа компания като функция. Като правило разходите за анализ на върховите постижения след въвеждането му значително намаляват в резултат на факта, че служителите започват да се доверяват на подобен инструмент, осъществяват се контакти със сходни туристически компании, поддържат се чрез редовни обмени, налице е достъп до важни източници на информация, има надеждна база данни и т.н.

Гореизложените фактори се осъществяват чрез стойностни измерители, изразени в количествено и качествено изражение. Освен статистически данни от различни държавни институции, които поддържат актуални бази данни, важно значение за сравнителния анализ имат качествените характеристики: мнения на туристи, информация за туристическата организация и нейните продукти и т.н.

В заключение следва отново да се подчертае потенциалът на бенчмаркинга за натрупване и усвояване на знания, които ще дадат възможност на туристическите организации от Черноморски регион не само да опознаят по-добре съществуващите процеси, благодарение на които фирмите образци осъществяват дейността си по най-ефикасен начин, но и да постигат реални резултати следствия на стойностни ориентири. Бенчмаркингът е този инструмент, чрез който на базата на информацията за добрите и слабите постижения, установени вътре в организационната структура или в конкурентите им организации в туристическия сектор, могат да се поставят ясни цели за действие и да се намерят по-добри начини за изпълнение на задачите. Успешно изпълнените проекти за сравнителен анализ допринасят за появата на социални връзки между специалисти от различните туристически компании и създават основа за търговски проекти, популяризиране и разработване на нови туристически продукти. Ползата от сравнителния анализ на туристическите предприятия в Черноморския регион е, че техните производствени и маркетингови функции стават най-лесно управляеми, когато се проучват и прилагат най-добрите методи и технологии на други туристически компании в района и това да доведе до печеливш бизнес с висока доходност, създаване на полезна конкуренция и посрещане на нуждите на клиентите.

*Литература:*

1. Кацамунска, П., Бенчмаркингът като управленски инструмент в публичната администрация, [https://ejournal.vfu.bg/en/pdfs/Polya\\_Katsamunska\\_](https://ejournal.vfu.bg/en/pdfs/Polya_Katsamunska_)

Benchmarking.pdf

2. Camp, R.C., Benchmarking: The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance: 1st (First) Edition, Paperback, 2006

3. Novosad, T., Travelmarking aneb jak si stoji vase CK vuci trhu?, [http://www.travelmarking.cz/public/travelmarking/doc/24-25\\_bench.pdf](http://www.travelmarking.cz/public/travelmarking/doc/24-25_bench.pdf)

4. Staphenurst, T., The Benchmarking Book: A how to guide to Best Practice for Menagers and Practitioners, Routledge, 2009

5. Turisova, R., Meranie vykonnosti pri implementacii benchmarkingu v organizaciach verejnej spravy, Technicka Univerzita v Kosiciach, Transfer inovacii, 2008 <https://www.sjf.tuke.sk/transferinovacii/pages/archiv/transfer/12-2008/pdf/92-97.pdf>

## МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ ЗА ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА БЪЛГАРИЯ КАТО ДЕСТИНАЦИЯ ЗА КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИ ТУРИЗЪМ

Доц. д-р Златина Караджова

### Анализ на културно-историческото наследство в България

През последните години туризмът в България е най-бързо развиващият се отрасъл. Успешно се развива селският туризъм, възникнал в рамките на природозащитни дейности или за предлагане на пазара на местни традиции, обичаи и култура. Укрепването на движението за опазване на природата и за развитие на селския туризъм е съвсем естествено в наши дни. И двете тенденции са израз на загрижеността за опазване на околната среда и на културно-историческото наследство. Опазването на природата, на културното наследство и запазване на селския бит и култура са свързани помежду си и се нуждаят един от друг, за да постигат успешно целите си.<sup>1</sup>

Културното наследство е иманентна ценност на обществото, чието значение непрекъснато нараства през XXI век. В условията на глобализацията наследство все повече определя избора на средата и качеството на живот. Трябва да го схващаме като мощен ресурс за духовно оцеляване, но също и като незаменим ресурс за устойчиво развитие. Следователно неговото опазване е дълбоко свързано с интересите на държавата и с националната сигурност. Затова в цивилизованите страни отношението на властите към културното наследство е мерило за политическа мъдрост и далновидност.

Признак на цивилизованост е формирането на политика за опазване и използване на културното наследство с три задължителни цели:

- идентификация на културните ценности;
- физическо съхраняване на наследството като невъзвратима ценност, намираща се постоянно на границите на застрашеност;
- използване на наследството за нуждите на съвременния живот.

За реализацията на тази политика се приемат

законали, регламентира се система за управление, осигуряват се финансови, човешки и материални ресурси.

С навлизането на света във века на информационното общество се изявиха нови тенденции на европейските културни политики в тази област, свързани с една нова визия за културното наследство и за неговата нарастваща роля.

Променят се представите за самото наследство, разглеждано вече като цялостна "културна среда", включваща осезаеми и неосезаеми ценности; за дейността по опазване, схващане все повече като колективен обществен процес; за използването на наследството като ресурс за развитие. Това неизбежно се отразява върху законодателството, управлението и средствата за постигане на целите.

България се нарежда на призовото трето място по културно-историческо наследство в Европа. Според много експерти страната ни е на трето място след Италия и Гърция по брой и разнообразие на културно-исторически паметници. В България липсва статистика, но според експерти на културните турове се пада по под един процент от общия туризъм. Страната ни е земя на седем цивилизации, които през последните 4000 години много интензивно са се развивали на днешните български земи - праисторическа, древногръцка, римска, древнотракийска, византийска, българска и ислямска. Седем велики цивилизации и всичко това пада върху плещите на държавата, тъй като тя отговаря стопроцентово за паметниците на културата. Бюджетът за консервация и реставрация на паметници е около 1.2 млн. лв. годишно, като само за един-единствен паметник на културата понякога са нужни около милион лева. Повече от 40 хил. са регистрираните недвижими паметници на културата в България, а в държавните и общинските музеи се съхраняват повече от 5 млн. движими артефакти. Богатото културно-историческо наследство обаче има някои много сериозни проблеми като липса на модерно и адекватно законодателство. Липсват и правила и регулация за частните колекционери и собственици, което често е във фокуса на медийния интерес. Проект предвижда инвентаризация на всички културни обекти в страната и адаптиране на публично-частното партньорство към туристическите дейности. Шейсет и пет на сто от предвидените за туризма евросредства по оперативните програми са за възстановяване на културно-исторически обекти.<sup>2</sup>

1. Воденска, М. Основи на туризма, София, Матком, 2010 г.

2. Костов, Е. Културният туризъм, София, УНСС, 2001 г.

Според прогнозите на Съвета на Европа културното наследство ще има не само изключителна роля в информационното общество на XXI век, в епохата на динамичната глобализация и мобилност, но при равни икономически условия именно то ще влияе върху избора на среда за живеене. Тенденциите за нарастване ролята на културното наследство до голяма степен са в унисон с тенденциите за развитието на културния туризъм в днешния и в утрешния свят. Това са непрекъснатото разширяване на съдържанието на понятието културно наследство и на неговия териториален обхват; реализирането му не само като духовна ценност, но и като уникален ресурс с икономическа сила, чийто основен инструмент е културният туризъм. През 2020 г. културният туризъм ще бъде водещият в света, прогнозира експертите на Световната туристическа организация (WTO). За разлика от България, където според статистиката все още преобладават туристически пътувания с цел почивка и възстановяване сред природата, тенденциите в световен мащаб показват бързо нарастване на пътуванията, които задоволяват социо-културни потребности.

Като специализирано туристическо пътуване, мотивирано от задоволяване на социо-културни потребности чрез консумация на културни ценности, културният туризъм е синтез на културни атракции и бизнес, но той влияе и върху цялостната социо-културна среда. В този смисъл формирането на цялостна национална стратегия за развитие на културния туризъм е в основата на една последователна държавна политика в тази област, която изисква координираните усилия на широк кръг от изпълнители, партньори и съмишленици от правителствения и неправителствения сектор. По статистически данни туризмът е един от петте най-важни източника на доходи за 83 процента от страните в света, а за 38 на сто - той е главен източник на доходи и от изключително значение от гледна точка на заетостта на трудоспособното население.<sup>3</sup>

В този контекст България е привлекателен фокус за туристите, които избират културния туризъм. Те са потребители с по-високо образование, с по-изявени културни интереси и по-богата душевност, които пътуват все повече и търсят по-високи стандарти, по-качествени и по-разнообразни услуги. Това определено ориентира този сегмент чуждестранни и български посетители към културния, бизнес и

хоби туризъм, каквито страната също предлага за по-платежоспособни туристи, както и за почитателите на нетрадиционните видове почивка и пътувания.

От една страна, за спечелването на тези потребители е от изключително значение моделирането на професионалната комуникация от PR специалистите от гледна точка на межкултурните различия и съобразяване с културната идентичност на едни много специализирани публики. В европейското културно пространство е трудно да се игнорира липсата на межкултурно съзнание при възприемането на разнообразното културно наследство. От друга страна, самите туристически пътувания са пряко свързани с културата, образованието и възпитанието на потребителите. Колкото са по-високи персоналните изисквания на туристите, колкото те са по-информирани и с по-изявени културни интереси, толкова по-далеч са от стереотипите на потребление в туризма.

*Маркетингови дейности за позициониране на България на пазара на културно-исторически туризъм*

Маркетинговите цели, които България следва да си постави, могат да се сведат до следните:

- диверсификация на предлагания културно-исторически туристически продукт;
- привличане на нови пазари и разширяване позициите на вече съществуващите;
- увеличаване броя на мероприятията, които се провеждат на територията на общината с цел превръщането ѝ в целогодишна туристическа дестинация.

Комуникационните цели, които България следва да си постави, могат да се сведат до следните:

- подобряване на комуникацията между ТИЦ и туроператорите относно предстоящи туристически мероприятия;
- активно участие и стимулиране на туроператорите, продаващи у нас и в чужбина;
- едновременно използване на всички онлайн комуникационни канали;
- увеличаване броя на рекламните клипове на страната с цел привличане на вътрешни и международни туристи;
- привличане на експедиенти и журналисти чрез подходящи турове в активния и извън активния сезон.

*ATL активности - онлайн, телевизионна и печатна реклама*

Онлайн рекламата следва да обхваща всички

3. Алексиева, С. PR на българския културен туризъм - проблеми и задачи. В: Годишник на СУ "Св. Кл. Охридски", С., ФЖМК, том 10, София, 2003 г.



социални мрежи, уеббазирани системи за популяризиране продукта на дестинация България, изработка на видеоклип за възможностите за развитие на културно-исторически туризъм. Отделно от това е редно да се сключат договори с всички големи туроператори, на които да се предостави програма, включваща всички забележителности и паметници на културата на територията, както и отпечатване на рекламни карета в нашата и чуждестранната преса.

В какви направления трябва да бъде насочена рекламната дейност на туристическа България на вътрешния и международните пазари?

1. Разработка на конкретна програма за развитието на вътрешния и международен туризъм в културно-исторически контекст за периода 2020 г. - 2030 г. и финансова обезпеченост.

2. Подготовка и провеждане на фестивали, дни на българска култура.

3. Културен туризъм с покана и участие в музикални концерти на водещи музикални групи, оперни и оперетни изпълнители с национална и европейска величина.

4. Съвместно с Министерството на туризма на Република България и Община Бургас да се организира и провежда Черноморско туристическо изложение с участието на фирми от Черноморските страни - Грузия, Руска федерация, Украйна, Молдова, Румъния, България и Турция.

5. Организация и провеждане на конкурси на регионално, национално и международно ниво.

6. Да се разработят тематични екскурзии за учаци и диференцирани по възрасти съвместно с туристическия бизнес.

7. Ежегодно общината съвместно с туристическия бизнес да участва в международни изложения в Турция - Истанбул и Измир, Русия - Москва, Румъния - Букурещ, Сърбия - Белград, Полша - Варшава.

#### *PR и BTL активности*

PR и BTL активности, които общината следва да предприеме, са пресконференции, кръгли маси, В to В срещи, публични и медийни национални и международни събития, придружени с професионално изготвени презентации, експедиентски, журналистически и тематични турове. Други маркетингови активности са участието на изложения, събития и форуми, както и прилагането на акции по насърчване на продажбите.

Целите на PR кампаниите за развитието на културно-историческия туризъм могат да бъдат:

- изграждане на позитивно отношение към страната сред целевите групи;

- повишаване степента на информираност за България като дестинация с богати възможности не само за лятна почивка, а като страна с древна култура, богата на исторически и архитектурни паметници, с красива и съхранена природа;

- налагане на конкурентните предимства на страната като културно-историческа туристическа дестинация;

- изграждане на предпочитания към дестинацията и предлагания от нея разнообразен културно-исторически туристически продукт;

- стимулиране и мотивиране на решения за избор на България;

- разширяване на групата от "постоянни" посетители, т.е. потребители, верни на туристическия продукт.

Макар целевата аудитория за туристическия продукт у нас да варира на различните пазари, като цяло може да се обобщи, че тя е:

- семейни, на възраст до 45 г. с деца до 15 г., ценно чувствителна, със средни и около средните доходи;

- младежи, студенти, семейства с деца и туристи от т.нар. трета възраст със средни и ниски доходи.

Постепенно комуникационната кампания следва да се пренасочва все по-активно и към:

- хора с по-високи доходи и специални интереси;

- специализирани организации/дружества по интереси;

- специализирани туроператори и туристически агенции.

PR кампанията на България за възможностите за културно-исторически туризъм следва да обхване целевите пазари:

- разширяване на позициите на основни пазари - Германия, Великобритания, Русия, скандинавските страни;

- възвръщане на пазарни позиции на традиционни пазари - Русия, Украйна, страните от Централна и Източна Европа;

- повишаване равнището на информираност за България, като акцентът се поставя върху архитектурно-историческото наследство.

Комуникационната кампания трябва да включва и пряка реклама на туристическия продукт на страната, да се провежда в рамките на всяка година с два изразени периода - "февруари-юни" и "септември-декември", с един основен слоган, като акцен-

тите варира в зависимост от пазарите.

България трябва се позиционира като: страна с нова хотелска база, отговаряща на европейските изисквания; страна, която предлага разнообразен туристически продукт целогодишно; страна с богато културно-историческо наследство; страна, в която доминира хармонията между богата и разнообразна природа и гостоприемството на хората, съчетано с вкусна кухня и ароматни вина. За целта е необходимо:

1. Налагане на специализирани форми на туризъм и разнообразяване на традиционните продукти за утвърждаване на общината като целогодишна туристическа дестинация.

2. Участия на международни туристически изложения на основни и перспективни пазари с цел имиджово представяне на общината, повишаване информираността на туристите към разнообразните възможности за алтернативен туризъм, осъществяване на контакти с чуждестранни туроператори и агенции за включване на страната в програмите им или за разширяването им.

3. Организиране на посещения на авторитетни международни журналисти и снимачни екипи от целевите пазари за повишаване информираността за страната и конкретно Община Бургас като атрактивна туристическа дестинация.

4. Осъществяване на рекламна кампания в печатни и телевизионни медии на основни и перспективни пазари за запазване позициите на страната и насърчаване записванията. Периодите на кампанията да са съобразени със спецификата и периода на вземане на решение за почивка на съответните пазари.

Връзката между културните и природни ресурси на България я правят атрактивна и конкурентна туристическа дестинация. В европейския контекст България е държава с голям потенциал на туристическо развитие, състоящ се в нейното културно наследство.

Стратегическият план, ориентиран към културните ресурси, позволява да се гарантира изцяло устойчивото туристическо развитие на България, както и да се подобри имиджът на страната в Европа, да се укрепи националната идентичност и социалното единство, да се подкрепят редица културни дейности и да се промотират нови предприемачески инициативи.

В обстановка на растящата конкуренция между туристическите дестинации натрупаният опит от някои страни и региони, които залагат на материал-

ните и нематериалните културни ресурси с цел да увеличат своите конкурентни предимства, доказва тезата, че такава стратегия може успешно да бъде реализирана.

Културата и туризмът всъщност повишават стойността на обектите, конкретно заинтересовани, или на нужните услуги, така като и на всички сектори, с които се осъществява взаимна връзка, стимулирайки икономиката. Развитието на културния туризъм става силно необходимо и не е за подценяване възможността да бъдат използвани европейските структурни фондове.

Материалното и нематериално културно богатство и природните забележителности могат да бъдат двигател за икономическия растеж на България, тъй като стимулират не само местната икономика, а и националната. Културата и туризмът са не само фактори пряко генериращи богатство. Те могат да постигнат и редица непреки резултати. По-конкретно културният туризъм може да активира взаимодействия между различни икономически отрасли. Развитието на културно-историческия туризъм в България е важен фактор за повишаване на конкурентоспособността на целия сектор чрез устойчиво и балансирано усвояване на културния и природен ресурсен потенциал и повишаване на ефективността на националния туристически продукт.



1. МЕСТНИ ПАРТНЬОРСТВА ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА ЧЕРНОМОРСКИ ЦЕНТЪР ЗА СИН РАСТЕЖ И ИНОВАЦИИ - проф. д-р Севдалина Турманова, заместник областен управител на Област Бургас; проф. д-р Маруся Любчева, Черноморски институт - Бургас; Руска Бояджиева, заместник-кмет Община Бургас .....	3
2. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА В ЧЕРНОМОРСКИЯ РЕГИОН - Любомир Кючуков, директор на Института за икономика и международни отношения .....	6
3. СТРАТЕГИЯТА “СИН РАСТЕЖ” В КОНТЕКСТА НА БЪЛГАРСКОТО ПРЕДСЕДАТЕЛСТВО НА СЪВЕТА НА ЕС. БУРГАСКА ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ЧЕРНОМОРСКИЯ РЕГИОН - Нели Кирилова, Университет “Корвинус”, Будапеща, Унгария .....	9
4. ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ - СТРАТЕГИИ И ВЪЗМОЖНОСТИ - Люба Желева .....	14
5. ЦВЕТЪТ НА МОРЕТО И МОРСКИТЕ ВОДОРАСЛИ - проф. д-р Даниела Клисарова; гл. ас. д-р Димитър Герджиков, Институт по рибни ресурси, Варна .....	22
6. НЯКОИ АСПЕКТИ НА АНИМАЦИЯТА В ПРИКЛЮЧЕНСКИЯ ТУРИЗЪМ В КОНТЕКСТА НА СИНЯТА ИКОНОМИКА - докторант Александър Ангелов, БСУ .....	25
7. СИНЯТА ИКОНОМИКА И ВЛИЯНИЕТО Й ВЪРХУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА КРАЙБРЕЖНИЯ (МОРСКИ) ХОТЕЛИЕРСКИ ПРОДУКТ В БЪЛГАРИЯ - Валентина Маренова, БСУ .....	29
8. ПРИЛОЖЕНИЕ НА СИНЯТА ИКОНОМИКА В БЪЛГАРСКОТО ХОТЕЛИЕРСТВО В КОНТЕКСТА НА МАРКЕТИНГ НА ВЗАИМОВРЪЗКИТЕ - докторант Пламена Димитрова .....	33
9. СТАРИ И МАЛКО ИЗВЕСТНИ СВЕДЕНИЯ ЗА СОЛНИЦИТЕ В ПОМОРИЕ - Милчо Скумов .....	37
10. ПРИНЦИПНИ ПОДХОДИ ПРИ КОЛИЧЕСТВЕННОТО ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ РИСК ПРИ МОРСКИ ИНЦИДЕНТИ - доц. д-р Стоянка Петкова-Георгиева, Университет „Проф. д-р А. Златаров” - Бургас .....	41
11. НЕОБХОДИМОСТТА ОТ КОНСУЛТИРАНЕ И СПЕЦИАЛИЗИРАНО ОБУЧЕНИЕ В СФЕРАТА НА СИНЯТА ИКОНОМИКА ЗА ЕВОЛЮЦИЯТА НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО В УСЛОВИЯ НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ - докторант Виляна Русева, БСУ .....	46
12. ОПТИМИЗИРАНЕ ДЕЙНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЧЕРНОМОРСКИ РЕГИОН ЧРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ НА МЕТОДА БЕНЧМАРКИНГ - доц. д-р Стоянка Петкова-Георгиева; гл. ас. д-р Албена Янакиева, Университет „Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас .....	49
13. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ ЗА ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА БЪЛГАРИЯ КАТО ДЕСТИНАЦИЯ ЗА КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИ ТУРИЗЪМ - доц. д-р Златина Караджова .....	54



**Морето - граница или врата**

*Сборник статии*

*Редактор: Николай Кожев*

*Коректор: Гочо Гочев*

*Дизайн: Петър Пецин*

*Формат 70/100/8*

*Обем 7,5 печ. коли*

*Издавателство "Бряг"*

*Бургас, 2019*