

ISSN 2738-7399

Българско електронно научно списание

СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ



Брой 2, 2025

Година VI

URL: <https://spisanie-su.eu>

Българско електронно научно списание

СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ

Брой 2, 2025

Българско електронно научно списание „Стопанско управление“, Бр. 2, 2025, <https://spisanie-su.eu>

Българско електронно научно списание „Стопанско управление“ е рецензирано и индексирано публично достъпно (тиражирано) издание в което се разглеждат теорията и практиката на стопанското управление в тяхното най-широко измерение, както и близки теоретични и практически области.

Всички материали се публикуват в авторска редакция, като за тяхната оригиналност и достоверност отговорност носят единствено авторите. Мнението на редакционната колегия може да не съвпада с мнението на авторите на материалите.

® Всички авторски права са запазени! Някоя част от списанието не може да бъде използвана с цел разпространение или да се възпроизвежда с каквито и да е било средства без предварителното разрешение в писмена форма на редакцията.

Редакционна колегия:

Проф. д-р Иван Цанов Цанов – главен редактор

Доц. д-р Анатолий Стефанов Асенов – зам.-главен редактор

Доц. д-р Стоян Транев Транев – научен секретар

Проф. д-р инж. Светослав Димков Велев – член

Проф. д-р Баки Хасанов Хюсеинов – член

Проф. д-р Иван Младенов Соколов – член

Проф. д-р Константин Николов Колев – член

Доц. д-р Димчо Тодоров Тодоров – член

Доц. д-р Костадин Горанов Коларов – член

Доц. д-р Теодор Данаилов Дечев – член

Доц. д-р Евгени Росенов Генчев – член

Доц. д-р Диана Иванова Илиева – член

Българско електронно научно списание „Стопанско управление“

Bulgarian electronic scientific journal “Business Management“

Бр. 2, 2025

Година VI

Издател: © Иван Цанов

Място на издаване: София, Република България

Език на публикуване: Български

Година на основаване: 2020

Официален сайт (URL): <https://spisanie-su.eu>

Електронна поща: spisanie_su@yahoo.com

НАЦИД ID №4089

ISSN 738-7399

Българско електронно научно списание „Стопанско управление“, Бр. 2, 2025, <https://spisanie-su.eu>

СЪДЪРЖАНИЕ

	Стр.
Лазар Добрич като предприемач.....	4
Иван Цанов	
Светозар Пренеров – предприемачът създал в България радиоапарати на световно ниво.....	11
Иван Цанов	
Теоретични основи на икономическата дипломация.....	20
Иван Соколов	
Практически измерения на икономическата дипломация.....	56
Иван Соколов	
IFANOVA като инструмент за стратегически решения при несигурност в икономиката и мениджмънта.....	92
Величка Транева, Стоян Транев	

ЛАЗАР ДОБРИЧ КАТО ПРЕДПРИЕМАЧ

Иван Цанов¹

Резюме: В статията се изследва дейността на известния български цирков артист Лазар Добрич като предприемач. Проучването се реализира в рамките на историческия подход и теорията на предприемачеството. Доказва се, посредством пет аргумента, основната изследователска хипотеза, че Лазар Добрич е значим български предприемач, който постига големи успехи в полето на предприемаческата дейност в специфичната сфера на цирковото изкуство.

Ключови думи: Лазар Добрич, цирково предприемачество, предприемачество

ВЪВЕДЕНИЕ

Лазар Иванов Добрич (1881 – 1970) е ненадминат артист, педагог и режисьор в областта на цирковото изкуство, с успехи, талант и авторитет далече надхвърлили националните граници на България. Неговият живот обаче не е изследван от гледна точка на предприемачеството, а това представлява несъмнен научен интерес. Поради тази причина описваме, интерпретираме и анализираме жизнения път на Лазар Добрич през призмата на теорията на предприемачеството.

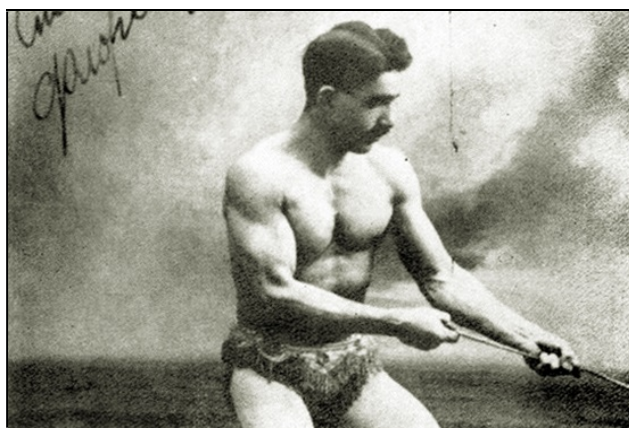
МЕТОДОЛОГИЯ

Най-добре е изследването на Лазар Добрич като предприемач да се изгражда въз основа на мултидисциплинарен методологичен подход, който съчетава исторически, икономически, финансови, управленски, социални и културни измерения. За съжаление обаче не сме в състояние да осъществим

¹ Проф. д-р, водещ изследовател R4 Иван Цанов, Институт по предприемачество, Университет за национално и световно стопанство, E-mail: ivan.tsanov@unwe.bg

точно такъв подход, тъй като това е практически невъзможно. Не можем, например, да реализираме интервюта с очевидци на неговата циркова и предприемаческа дейност, тъй като те са починали. Също така е невъзможно да получим достоверна и точна информация относно броя представления, обороти, печалба, брой на публиката и др. Даже се опасяваме, че такъв тип информация е безвъзвратно изгубена и повече няма да може да се намери дори и от най-ревностните изследователи.

Поради тези причини сме принудени да ограничим нашето проучване в рамките на историческия подход, като използваме метода анализ на документи. Основната теория към която се придържаме е теорията на предприемачеството (Цанов, 2024). Целта е анализ на живота на Лазар Добрич в рамките на предприемачеството. Предмет на изследването е предприемаческата дейност на Лазар Добрич. Основната хипотеза, която издигаме и проверяваме в хода на проучването е, че Лазар Добрич е значим български предприемач, който постига големи успехи в полето на предприемаческата дейност.



Лазар Добрич през 1905 г.

Източник: rodbg.com

РЕЗУЛТАТИ

Лазар Добрич е роден на 23 юни 1881 г. в с. Бариево (днес с. Равно поле, Софийско). Учи в Политехническото училище в Ани, Франция, но го напуска и става цирков артист (Роден Лазар Добрич, 2025).

Дебютира 16-годишен на 1 октомври 1897 г. в Брюксел в номера „Въздушни бари“, изпълняван от румънската трупа на Димитреску, с която с прекъсване работи до 1901 г. През 1905 г., когато е на 24 години, представя за първи път създадения от самия него знаменит номер „Трапецът на смъртта“ в берлинския цирк „Шуман“. В този номер българинът въвежда във въздушната циркова гимнастика специална апаратура, която е лично негово изобретение. Впоследствие тази апаратура е широко използвана в цирковата практика.

В първите години на XX век Лазар Добрич работи последователно в цирковете „Ренц“, „Чинизели“, „Волнер“, „Барнум Байлай“, „Хамершмид“, „Пиер-антони“, „Браун“ и др. Гастролира в много държави на трите континента – Европа, Азия и Америка. В цирковете на тези страни той изпълнява многобройни, забележителни със своята сложност и трудност номера, издигайки международния престиж на българското цирково изкуство. Лазар Добрич поставя номерата „Акробатика“, „Бари“, „Жокейска езда“, „Преден трамплин“, „Стълба на крака“, „Шари-вари“, „Отвесни въжета“, „Перш“, „Танц върху опъната тел“ и др. Участва като доброволец в Балканската и Междусъюзническата война, като е награден с ордени за храброст.

В годините от 1919-та до 1926-та Лазар Добрич заедно с брат си Александър Добрич построява в София стационарния цирк „Колизеум“. Междувременно редактира сп. „Цирков глас“. Заедно с А. Димитров и К. Михайлов основава цирк „Роял-Добрич“, който функционира в продължение на 15 години, от 1933 до 1948 г. През следващите осем години големият цирков артист, гимнастик, акробат и режисьор е директор на цирк „Родина“ – това е национализираният цирк „Роял-Добрич“. Носител е на Димитровска награда (1950 г.). През периода 1956 – 1961 г. е главен режисьор в дирекция „Български циркове“.

Лазар Добрич е изтъкнат педагог. Той обучава, подготвя и възпитава голяма част от поколението циркови артисти след Втората световна война. Негови ученици са артистите, допринесли най-много за славата на българското цирково изкуство.

Лазар Добрич умира на 16 февруари 1970 г. Той е автор на книга със спомени – „С цирка по света“ (Добрич, 1973), издадена посмъртно и на автобиографичния роман „Смъртният скок“ (Добрич, 1971), издаден също

посмъртно. Носител е на най-голямото отличие в цирковото изкуство – „Сеньор на цирковото изкуство“, като друг българин не получава повече това световно признание. Остава в историята като бащата на българския цирк.

ОБСЪЖДАНЕ

Твърдим и правим опит да докажем, че Лазар Добрич е много ефективен предприемач и развива успешна предприемаческа дейност. Той е именно такъв в поне в пет предприемачески измерения, като по-долу представяме нашите аргументи.

Първо, Лазар Добрич е иновативен (инструментален, технологичен) предприемач. Създава, изпълнява и популяризира номера си „Трапецът на смъртта“ (1905), който прави на изобретен от него уред, широко прилаган впоследствие и от други циркови акробати. Собственоръчно пише за номера си следното:

„Преди да изобретя „Трапеца на смъртта“, аз се наричах Лазар Добрич и така ме пишеха по афишите и програмите. Впрочем тогава беше безразлично как се наричам, защото винаги съм бил член от някаква трупа. Но моето ново изобретение ми предвещаваха световна известност. По-късно се убедих в това. „Трапецът на смъртта“ докарваше публиката до екстаз. Зрителите аплодираха, ревяха от ужас и възторг. След завършване на номера те ставаха на крака, продължаваха да ръкопляскаха и да ме канят да се появявам пред тях по няколко пъти, преди да си отидат. Сега вече съм самостоятелен артист – единствен изпълнител на сензационен цирков номер, и моето име трябва да бъде неразривно свързано с наименованието на изпълнявания номер. Едва сега се замислих как да се наричам в афишите и рекламите. Фамилното ми име Добрич не звучи толкова българско. Затова реших да се наричам само на името на баща си – Иванов. Сто на сто българско. Под това име започнах моите гастроли с новоизобретения номер. „Българинът Иванов“, изпълнител на „Трапеца на смъртта“ – това беше основният елемент на всяка афишна, плакатна или вестникарска реклама. Предложения за ангажименти се сипяха от всички страни, а предлаганите хонорари бяха големи“ (Добрич, 1973, стр. 92).

Създател е и на цирковия номер „Лупинг де луп“. За него четем:

„Минава номер след номер на сцената на препълненото с публика казино-вариете на града (Гренобъл – б.а.). Подготвяха вече последния такъв, сензация на казиното и града, като монтираха специални сребърни металически уреди. „Лупинг де луп“. И изведнъж една млада, красива фигура бе представена на публиката под буря от аплодисменти.

Бърз като светкавица, младежа елегантно застава сред уреда си и започна въртенията на тази подвижна весилка, която около здравия си лост подготвяше грамадните свои зашеметяващи кръгове. Всички със затаен дъх следяха този смел гимнастик, който отиваше с трапеца си до тавана на високата сцена, спущаше се след това вихрено към пода ѝ, и подготвяше безумните си кръгове.

...А шеметните кръгове започваха да се засилват все повече и повече като довеждаха до изумление почти хипнотизираната публика. И когато номера завърши благополучно буря от аплодисменти обсипа усмихнатия задъхан смелчак, на когото очите бляскаха от младост и доволство.

Героят на тази Гренобълска нощ беше г. Лазар Иванов Добрич. Гимнастика Иванов, който шестваше из първокласните заведения на световните столици и показваше какво може да направи българина, окрилян от родината си“ (Др. В. Тр., 1935, стр. 3).

Второ, Лазар Добрич е строителен предприемач. През 1919 г., заедно с брат си Александър Добрич построява цирк „Колизеум“ в София, който просъществува до 1926 г. През 1933 г. създава нов цирк, като го кръщава „Роял-Добрич“. През 1948 г. този цирк е одържавен и започва да носи името „Родина“.

Трето, Лазар Добрич е педагогически предприемач. Той е обучил голям брой следовници, като някои от тях впоследствие стават великолепни циркови артисти. Никой обаче от учениците му не достига неговата слава и известност. Създава и подготвя различни циркови трупи. Името му остава завинаги свързано с българската циркова школа. Няколко поколения домашни циркови артисти са плод на неговата неуморна педагогическа дейност със систематичен характер.

Четвърто, Лазар Добрич е медиен предприемач, тъй като редактира списание „Цирков глас“ (1933 – 1941) и е негов основен двигател. Списанието е орган на Българската циркова артистична организация (БЦАО) и на притежателите на пътуващите увеселителни предприятия. Лазар Добрич е същевременно и председател на БЦАО.

Пето, Лазар Добрич е първопроходец-предприемач в сферата на управлението на цирковото дело. Има дългогодишен опит и много успешна практика като цирков директор. В периода 1956 – 1961 г. е назначен за главен режисьор в дирекция „Български циркове“. В края на забележителния му творчески и професионален път може да се каже, че тайни в областта на цирковото изкуство за него повече не съществуват.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Освен като цирков артист, Лазар Добрич се изявява и като предприемач, в цирковото изкуство. Той основава и ръководи собствени циркови трупи, организира представления и турнета, като по този начин популяризира цирковото изкуство и създава възможности за изява на множество артисти. Неговата предприемаческа дейност допринася за развитието на цирковата индустрия в България и извън нея.

Той умело изгражда своята популярност посредством адекватни за времето си маркетингови техники – афиши, реклами, участия в престижни циркове. Създава, също така, добре работещи мрежи и партньорства с други артисти, циркови компании и културни институции. Не се ограничава в сътрудничеството си само с български артисти и циркове, а взаимодейства и то много ефективно и с чуждестранни артисти и международни циркове. Сравнението му с други циркови предприемачи от същия времеви период показва, че той несъмнено е на световно ниво, а в някои отношения дори притежава уникални конкурентни предимства. Има голям принос към цирковата педагогика и откриването, развитието и утвърждаването на голям брой таланти.

Всичко това ни дава основание да заключим, че сме доказали основната си изследователска хипотеза, а именно – Лазар Добрич е значим български предприемач, който постига големи успехи в полето на предприемаческата дейност. Несъмнена е неговата роля в развитието на културното българско

предприемачество в специфичната сфера на цирковото изкуство. Лазар Добрич остава емблематична фигура в българската културна история, чийто живот и дейност продължават да вдъхновяват и до днес, а вероятно ще го правят и за в бъдеще.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Др. В. Тр. (1935). *Нашите сили. Лазар Иванов Добрич. Спомени.* – В: сп. „Цирков глас“, бр. 3, стр. 3.
2. Демирев, Йордан. (2022). *Създаване и развитие на българското цирково изкуство.* София: Книгомания.
3. Добрич, Лазар. (1971). *Смъртният скок.* София: Медицина и физкултура.
4. Добрич, Лазар. (1973). *С цирка по света.* София: Медицина и физкултура.
5. Роден Лазар Добрич. – В: Регионална библиотека „Любен Каравелов“ Русе. Online. <https://www.libruse.bg/view?event=599&utm_source>. Посетено на 07.07.2025 г.
6. Цанов, Иван. (2024). *Изкуствен интелект и предприемачество.* Е-книга (CD). София: БАК.

За автора

Проф. д-р, водещ изследовател R4 Иван Цанов

Институт по предприемачество, Университет за национално и световно стопанство

E-mail: ivan.tsanov@unwe.bg

СВЕТОЗАР ПРЕНЕРОВ – ПРЕДПРИЕМАЧЪТ СЪЗДАЛ В БЪЛГАРИЯ РАДИОАПАРАТИ НА СВЕТОВНО НИВО

Иван Цанов²

Резюме: В статията се описва и анализира предприемаческата дейност на Светозар Матеев Пренеров, който е основателят на първата българска фабрика за радиоапарати под името ТУЛАНЪ (TULAN) през 1927 г. в гр. Бургас. Основната изследователска хипотеза, която авторът лансира и доказва е, че предприемаческият резултат постигнат от Светозар Пренеров се дължи на изпълнението от негова страна на класическите фактори за предприемачески успех – поемане на риск, използване на иновации и специфичен психологически профил обусловен от най-вече от стремежа към успех. Посочени и интерпретирани са седем фактори, които са довели до предприемаческия успех на Светозар Пренеров.

Ключови думи: Светозар Пренеров, българско предприемачество, предприемачество, радиоапарати

ВЪВЕДЕНИЕ

Предприемаческата дейност на инж. Светозар Матеев Пренеров е много слабо известна в България. Може да се твърди, че преди около 100 години той създава радиоапарати на световно ново, което безспорно е забележително предприемаческо постижение, но това не е популяризирано и е почти неизвестно. Досега нямаме информация предприемаческата дейност на Светозар Пренеров да е проучвана в научен ракурс, като са налице само материали, предназначени за масовия читател. Ето защо тази статия прави

² Проф. д-р, водещ изследовател R4 Иван Цанов, Институт по предприемачество, Университет за национално и световно стопанство, E-mail: ivan.tsanov@unwe.bg

опит да изследва предприемаческата дейност на Светозар Пренеров в академичен аспект.

МЕТОДОЛОГИЯ

Целта на проучването е да опише, анализира и интерпретира дейността на предприемача Светозар Пренеров и да даде отговор на въпроса какви са основните причини този български предприемач да произвежда радиоапарати, които по нищо не отстъпват на най-добрите модели по негово време в световен мащаб, а в някои отношения дори да ги превъзхождат. Предмет на изследването е предприемаческата дейност на Светозар Пренеров във връзка с произвежданите от него радиоапарати. Основната изследователска хипотеза, която лансираме е, че предприемаческият резултат постигнат от Светозар Пренеров се дължи на изпълнението от негова страна на класическите фактори за предприемачески успех – поемане на риск, използване на иновации и специфичен психологически профил обусловен от най-вече от стремежа към успех.

За да изпълним целта на нашето изследване и за да докажем основната си изследователска хипотеза използваме два изследователски подхода – исторически подход и предприемачески подход. На мнение сме, че синтезът на историческия подход и предприемаческия подход, е най-адекватният изследователски инструмент за постигане на заявените от нас намерения.



Светозар Пренеров
Източник: kn34pc.com

РЕЗУЛТАТИ

Инж. Светозар Матеев Пренеров е основателят на първата българска фабрика за радиоапарати под името ТУЛАНЪ (TULAN) през 1927 г. в гр. Бургас. Съкращението показвало и семейното мото (девиз) на компанията „Трудолюбие и Упоритост Лансират Активност и Напредък“ (ТУЛАН). Светозар има още двама братя (Веселин и Иван) с които съвместно работи във фабриката и в тази връзка може да се твърди, че Пренерови са наистина забележително предприемаческо семейство.

Светозар Пренеров завършва вечерно техническо училище във Франция с отличие. Поканен е от компанията Philips през 1924 г. да започне работа по производство на първите радиоапарати в Нидерландия. Той отказва, като заявява, че ще се върне в България и там ще направи радиоапарат преди холандците – точно така и става. След като се установява в Царство България разбира, че законът не му позволява да отвори фабрика и затова през 1925 г. прави занаятчийска работилница на име „Електрон“, където започват да се сглобяват първите линейни радиоапарати „Универсал“. На скалата на този радиоапарат била изобразена картата на България.

На 10 май 1927 г. в Държавен вестник е обнародван Закон за радиото с който се разрешава в България да има радиопромишленост. Дейността на фабрика „Тулан“ потръгва и започва масово производство. Радиоапаратите „Тулан“ са с отлично качество, относително евтини, с впечатляващ дизайн (красива дървена кутия) и поради тази причина се налагат на вътрешния пазар. Подготвя се и износ зад граница, но нацистка Германия отказва продуктите на „Тулан“, тъй като вижда сериозна заплаха за собствения си пазар. Германският посланик в България отправя обвинение към инж. Светослав Пренеров, че е евреин с цел да го дискредитира. Българинът устоява на натиска и дори предприема агресивен маркетинг. Купувачите вземали на доверие радиоапарати „Тулан“ (мрежови и батерийни) от магазините из цяла България и започвали да ги изплащат едва след четири месеца след като се уверят, че са си купили нещо наистина добро. От 1931 до 1941 г. в гаранционен срок са върнати за поправка само шест броя изделия и то поради неправилна експлоатация от страна на клиентите, като фабрикантът на добра воля ги заменил с нови.

Всички части, освен радиолампите, са произвеждани във фабрика „Тулан“. По фирмени и авторски съображения някои носят самостоятелни марки, изписани на латиница. Инж. Светозар Пренеров с колеги стъклари дори е бил в състояние да пусне и производство на радиолампи, но условията, които настъпили след 1933 г. в Европа попречили на вноса на специфични суровини, необходими за производството на стъклото и частите на лампите.



Радиоапарат „ТУЛАН“.

Източник: uni-sofia.bg. Снимка: Антон Кръстев

Заводът на инж. Пренеров пуснал и няколко други модела, освен „Тулан“, като „Камер“, „Класик“, „Комфорт“, „Пиколо“, „Виола“, „Турист“ и други, включително и такива, които са преносими и работят на батерии. Част от тях така и не успели обаче да бъдат пуснати в производство заради разразилата се Втора световна война (Петров, 2021).

Освен това „Тулан“ е печелел държавни и обществени поръчки: на пощите, на общините, на отбраната, на учителите. Журито седяло пред завеса зад която били наредени радиоапаратите за конкурса. Журито не знаело реда на подреждането, което постоянно се променяло. Техници зад завесата последователно пускали станции с говор и музика от възможно най-далечни разстояния. Журито е слушало тона и селективността и класирала чутото. Отделна група от инженери оценявала схемите на хартия и голи шасита, за стойността на конструирането и изработката. По тях не трябвало да се чете марката на приемника (Камбов, 2014).

През 1941 г. инж. Светозар Пренеров разработва и собственоръчно монтира в личния си автомобил „Опел“ тестов радиоприемник. Той възнамерявал впоследствие да произвежда и радиоприемници за автомобили, които са радикална иновация и даже сензация за онези години.

Предприемачът създава в лабораторни условия и телевизионен предавател и телевизионен приемник, които биват иззети неясно от кого и изчезват безследно. Обещал си, че след като завърши Втората световна война ще се изравни с американците и в производството на телевизионни приемници. Животът обаче не му предоставя този шанс.

След 1944 г., с кабелите, произведени във фабрика „Тулан“, е възстановена електрическата мрежа на София, която е била тотално засегната по време на бомбардировките на англо-американците.

След радикалната политическа промяна след 9 септември 1944 г. инж. Светозар Пренеров е отстранен от работа, фабриката му е национализирана през 1947 г. и той е подложен на гонения и тормоз от органите на Държавна сигурност. Ръководителят на страната Георги Димитров заявява на Светозар Пренеров, че фабриката му нищо не струва пред съветските заводи, които щели да залееят България със стотици хиляди радиоапарати на месец, което, естествено, не се случва. Съкрушен от мъка и отчаяние Светозар Пренеров се поминава от мозъчен инсулт на 52 години.



Реклама на радиоапарати „ТУЛАНЪ“.

Източник: kn34pc.com

ОБСЪЖДАНЕ

Предприемаческият успех на Светозар Пренеров, свързан с производството и реализацията на радиоапаратите, е сложна комбинация от лични качества, подходящо образование, иновативен подход, съблюдаване на високо качество, поемане на риск, безупречно управление и съобразяване с пазарните сили. Нека да разгледаме всеки един от тези седем фактори за предприемачески успех поотделно.

Първи фактор – лични качества. Личните качества на Светозар Пренеров се вписват чудесно в психологичния профил на успешния предприемач (Цанов, 2024). Той е упорит, целенасочен, с волеви характер, добър комуникатор, умее да създава и управлява ефективно работещи групи и екипи (група и екип не е едно и също), притежава висока интелигентност, не се бои до поема рискове. Нещо изключително важно – неговата персонална отдаденост на работата и личен пример вдъхновяват екипа му да работи на много високо ниво и неуморно.

Втори фактор – подходящо образование. Светозар Пренеров получава високо ниво на инженерно образование във Франция и придобива достатъчен практически опит в иновативна среда, работейки за световно известната компания Philips. Това му дава солидна техническа основа и познания за международните стандарти в радиоиндустрията. Подходящото образование обаче не е достатъчно само по себе си за какъвто и да е успех, включително предприемачески. Българинът успява да пренесе и трансферира наученото от Европа и да го приспособи към нуждите и възможностите на българския пазар.

Трети фактор – иновативен подход. Светозар Пренеров създава първата българска фабрика за радиоапарати. Той правилно идентифицира нова и перспективна ниша в страната, като пуска на пазара първите български радиоапарати. Радиоапаратите „Тулан“ са изработени с висока прецизност и внимание към детайла, което ги отличава от конкуренцията. Нещо повече – те са и красиви, което потребителите високо оценяват, тъй като радиоапаратите чудесно се вписват във вътрешния интериор на жилищата. Инж. Пренеров създава фабрика, която не само произвежда, но и развива иновации в радиоапаратурата, насърчавайки растежа на домашната индустрия изобщо. Светозар Пренеров, също така, създава локален и национален имидж на

произвежданите от него радиоапарати, като успява да наложи марката „Тулан“ като символ на българска иновация и качество, което кореспондира със стремежа към модернизация на тогавашното общество.

Четвърти фактор – съблюдаване на високо качество. Някои от частите за радиоапаратите, най-вече лампите, пристигали директно от компанията Philips, но инж. Пренеров много често връщал някои от доставките, заявявайки, че не само не са достатъчно добри, но и не отговарят на качеството. В един момент холандците се ядосали толкова много, че дошли до България, за да видят кой точно е този човек, който не разбира каква техника получава в ръцете си. Във фабриката, българинът връзвал всички изпратени лампи и ги почуквал с пръст, докато от говорител се чува музика и показвал смущенията от лампата много ясно. След като нова лампа можела да коства такива главоболия при най-леко смущение, какво може да се говори за бъдещето (Петров, 2021)? Това може да се тълкува така – българинът настоява за висококачествени компоненти и ги изисква, дори когато това означава отказване на доставки, които не отговарят на стандартите.

Пети фактор – поемане на риск. Светозар Пренеров въвежда нови технологии в България, като залага на бързо развиващия се сектор на радиоапаратите, въпреки високите разходи и големите технически предизвикателства. Това, несъмнено, е поемане на висок риск, който е можел да се развие в неблагоприятна посока и да разруши необратимо цялото предприемаческо начинание.

Шести фактор – безупречно управление. Може да се твърди, че Светозар Пренеров управлява предприемаческата си дейност като по учебник. Той може да управлява еднакво добре както служители, а така също и технологии, както и техните сложни взаимодействия. Светозар Пренеров е много рядка комбинация между вещ психолог и технически много добре образовано лице.

Седми фактор – съобразяване с пазарните сили. Бранд и послание: Избира име за фабриката и марката – ТУЛАН – с вдъхновяващо значение: Трудолюбие и Упоритост Лансират Активност и Напредък. Това демонстрира житейската и предприемаческата му философия, като същевременно привлича клиентите. Анализ на потребителските нужди: Светозар Пренеров осъзнава значението на радиото като средство за комуникация и културен напредък, особено в епоха на бърза урбанизация и

модернизация. Достъпност и удобство: Радиоапаратите са не само качествени, но и съобразени с потребителските възможности и изисквания (радиоапаратите не са евтини, но не са и много скъпи). Светозар Пренеров успешно експериментира и налага гъвкава маркетингова стратегия, като предлага възможност за пробна експлоатация на продуктите, за да спечели доверието на клиентите.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

След като описахме, анализирахме и интерпретирахме предприемаческата дейност на инж. Светозар Матеев Пренеров можем да заключим, че доказахме основната си изследователска хипотеза, а именно – предприемаческият резултат постигнат от Светозар Пренеров се дължи на изпълнението от негова страна на класическите фактори за предприемачески успех – поемане на риск, използване на иновации и специфичен психологически профил обусловен от най-вече от стремежа към успех.

Инж. Светозар Пренеров може да бъде разглеждан като пример за ефективен и успешен предприемач, който използва своя опит, познания и визия, за да създаде иновация в производството на радиоапарати, която иновация дава тласък и на индустрията в България. Предприемаческата дейност на Светозар Пренеров е хисторически пример как добрите предприемачи използват оскъдните налични ресурси и създават нови възможности в полза на себе си, но и на цялото общество. Неговите радиоапарати, също така, играят несъмнена роля в разпространението на информацията и културното развитие на страната. Не на последно място радиоапаратите на Светозар Пренеров допринасят за развитието на домашната индустрия и повишават националното самочувствие чрез иновации, направени в България. С цялата условност на това понятие Светозар Пренеров може да бъде квалифициран като патриотичен предприемач.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Камбов, Дарин. (2014). *Бележки за Светозар Пренеров*. Online. Достъпно на: <https://www.kn34pc.com/sch/sch_rx/rx_tulan.html>. Посетено на 11.06.2025.
2. Петров, Даниел. (2021). *За първи път в България: Българското радио „Тулан“ и превъзходството на Светозар Пренеров*. Online. Достъпно на: <<https://chr.bg/istorii/tehnolo/za-parvi-pat-v-balgariya-balgarskoto-radio-tulan-i-prevazhodstvoto-na-svetozar-prenerov/>>. Посетено на 17.06.2025.
3. Цанов, Иван. (2024). *Сигурност на корпоративното предприемачество*. Е-книга (CD). София: БАК.

За автора

Проф. д-р, водещ изследовател R4 Иван Цанов

Институт по предприемачество, Университет за национално и световно стопанство

E-mail: ivan.tsanov@unwe.bg

ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ДИПЛОМАЦИЯ

Иван Соколов³

Резюме: В студията се описват и интерпретират два ключови въпроса, които оформят теоретичните основи на икономическата дипломация: история и еволюция на икономическата дипломация; основни принципи и участници в икономическата дипломация. Авторът интерпретира историческия поглед върху икономическата дипломация не просто като хронологичен преглед, а защото той позволява да се проследи как икономиката се превръща от съпътстващ фактор в централна ос на международната дипломация. Анализирани са, също така, ключовите принципи, които стоят в основата на икономическата дипломация, както и основните актьори, включително международни организации, частния сектор и институционалната рамка.

Ключови думи: икономическа дипломация, дипломация, икономика

Увод

Икономическата дипломация представлява специфично направление в рамките на дипломатическата практика, което интегрира инструментите на външната политика с приоритетите на националната икономика. Тя се дефинира като съвкупност от действия и механизми, чрез които държавите и

³ Проф. д-р Иван Соколов, Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“

наднационалните организации използват дипломатически средства за постигане на икономически цели, включително разширяване на търговския обмен, привличане на инвестиции, осигуряване на достъп до ресурси и защита на националните икономически интереси. В своята същност икономическата дипломация се намира в пресечната точка между теорията на международните отношения, международната политическа икономия и класическата дипломатическа наука.

Историческата еволюция на икономическата дипломация разкрива постепенна трансформация – от ранните форми на търговска дипломация и меркантилистки практики през XVII–XVIII век, през ролята на търговските договори и икономическите съюзи в XIX век, до комплексните институционални механизми на глобалното икономическо управление през XX и XXI век. Ако в предмодерния период акцентът е бил върху двустранните преговори и протекционистични стратегии, то в условията на съвременната глобализация икономическата дипломация придобива мултилатерален характер, опиращ се на нормите и регулациите на международни организации като Световната търговска организация, Международния валутен фонд и Световната банка.

Теоретичните основи на икономическата дипломация са формирани под въздействието на различни парадигми в международните отношения – от реалистичния акцент върху силата и националния интерес, през либералните концепции за взаимозависимост и международна кооперация, до конструктивистките интерпретации, които изследват ролята на нормите, идентичностите и дискурса в икономическата външна политика. Анализът на тези теоретични подходи и тяхното приложение в историческа перспектива е необходим за по-задълбочено разбиране на съвременните форми и практики на икономическата дипломация.

Настоящата статия се съсредоточава върху два ключови въпроса, които оформят теоретичните основи на икономическата дипломация: първи въпрос – история и еволюция на икономическата дипломация; втори въпрос – основни принципи и участници в икономическата дипломация.

1. История и еволюция на икономическата дипломация

Икономическата дипломация като исторически феномен

В основата на всяка международна дипломация стои стремежът на една страна да въздейства върху поведението на друга чрез мирни средства. Когато този стремеж е мотивиран от икономически цели – достъп до ресурси, пазари, инвестиции или търговски предимства – говорим за **икономическа дипломация**. Това понятие обединява усилията на държавите, институциите и частните субекти да насърчават и защитават икономическите си интереси в международен план чрез дипломатически канали.

Макар като концепция и термин „икономическа дипломация“ да добива популярност едва през XX век, нейните проявления са присъствали във всяка фаза от човешката история. От търговците в Древен Шумер и пратениците на Финикийския съюз до съвременните аташета, бизнес делегации и преговарящи в Световната търговска организация – икономическите измерения на дипломацията са постоянен елемент от глобалните отношения.

Историческият поглед върху икономическата дипломация е не просто хронологичен преглед. Той позволява да се проследи как икономиката се превръща от съпътстващ фактор в централна ос на международната дипломация. Разбирането на това развитие е основополагащо за всеки специалист по икономика, бизнес или международни отношения, тъй като то създава контекст за съвременните практики и работещи институции.

Първите търговски цивилизации

Още в края на IV хил. пр.н.е. в Месопотамия и Египет се развиват устойчиви търговски мрежи. Тези общества обменят стоки като мед, зърно, платове и благородни метали чрез системи, изискващи доверие, регулация и посредничество – ключови елементи на бъдещата дипломация.

В Шумер, например, се появяват писмени търговски договори, уреждащи не само количеството и вида на стоките, но и отношенията между търговците и местните власти. Тези договори често са били придружени от знаци на одобрение от владетеля – първична форма на държавна гаранция.

Финикийците, считани за едни от най-изкусните търговци на древния свят, изграждат търговски колонии в Средиземноморието, като използват дипломатически тактики, за да осигурят свободен достъп до пристанища и местни пазари. Техните мисии често съчетават търговски и политически елементи – начало на т.нар. търговска дипломация.

Ролята на търговците като неформални дипломати

Търговците са първите практики на межкултурна комуникация. Те трябва да се адаптират към различни езици, религии и правни системи. Това изисква умения, които днес наричаме дипломатически – способност да се изгражда доверие, да се разбират местните обичаи и да се избягват конфликти.

В някои общества – като тази на хетите или персите – търговците са били обучавани специално за ролята на посредници. В Персийската империя търговските пътища (известни като т.нар. Кралски път) били охранявани от държавата и използвани и за официални дипломатически мисии. Тази комбинация между икономика и политика поставя основите на структурирана икономическа дипломация.

Гръцкият свят и икономическите съюзи

В древна Гърция градовете-държави (полисите) често формират икономически съюзи с дипломатически характер – например, Делоския морски съюз, ръководен от Атина. Целта на съюза е формално военна, но на практика включва търговски доминации, налагане на данъци и контрол върху корабоплаването.

Търговските отношения с други цивилизации – като финикийци, египтяни и перси – също са съпровождани от посолства (πρεσβεΐαι), изпращани със задачата да сключат търговски договори или да разрешат спорове. Това е ранна форма на многостранна дипломация, при която икономическите цели водят до трайни политически отношения.

Римската икономическа дипломация

Римската република, а по-късно и империята, развиват една от най-структурираните икономически дипломатически системи в древния свят. Рим създава търговски договори (foedera), които определят статуса на „приятелски“ и „дружелюбни“ народи. Тези договори уреждат мита, право на търговия, съдебна защита на римски граждани и др.

Римската икономическа дипломация често е била инструмент на завоевание: започва се с търговско споразумение, след което се предоставя военна помощ, налага се данъчна зависимост, а в крайна сметка се присъединява територия. Така икономиката се превръща в първо средство, а не следствие на разширяване.

Парите като дипломатически инструмент

Рим е сред първите, които използват валутата като средство за влияние – чрез разпространение на монети с образа на императора в покорени или зависими територии. Това създава не само икономическа стабилност, но и културно-политическо подчинение. Валутата, търговията и

преференциалните договори стават основни инструменти на икономическата дипломация.

Търговия и църква: парадоксът на християнска Европа

След падането на Римската империя и по време на формирането на феодалните държави, икономическата активност в Европа се свива, а междудържавната дипломация почти изчезва. В този период католическата църква играе двойствена роля – от една страна, забранява лихварството и подозира търговията в морална поквара; от друга – упражнява икономическо влияние чрез собствена мрежа от земи, доходи и данъци.

Въпреки религиозните ограничения, търговските пътища на Средновековието започват да се възраждат. Монасите и духовниците често служат като посредници между крале и търговци, а манастирите стават центрове на икономическа активност. Дори папството използва икономически инструменти като дарения, търговски права и имунитети за постигане на дипломатически цели.

Възходът на градовете-държави и търговските републики

През XIII и XIV век Европа влиза в нова фаза. Градове като Венеция, Генуа, Флоренция, Любек и Хамбург се превръщат в автономни икономически субекти с дипломатически функции.

- Венеция развива постоянни мисии до Константинопол, Кайро и западноевропейските дворове.
- Генуа установява търговски колонии в Черно море и действа чрез представители, които водят както търговски, а така също и политически преговори.
- Във Флоренция, банкерските фамилии като Медичите упражняват дипломатически натиск чрез контрол върху кредитите на европейските дворове.

Тези търговски републики често създават договори със султани, царе и папи, в които се договарят търговски права, данъчни облекчения и дипломатически привилегии. Те изпращат търговски представители с дипломатически пълномощия, което е ранен пример за съвместяване на икономически и дипломатически функции.

Ханзата – първи пример за многостранна икономическа дипломация

В Северна Европа т.нар. Ханзейски съюз (XIII–XVII век) – мрежа от градове, обединени около общи търговски интереси – създава модел на транснационална икономическа дипломация. Ханзата сключва международни споразумения, притежава посолства („контори“) и дори собствена военна флотилия.

Дипломатите на Ханзата не представляват конкретна държава, а коалиция от търговски интереси, което е прототип на съвременните търговски камари и мултинационални мисии. Това е и един от първите случаи на не-държавни играчи в икономическата дипломация.

Меркантилизмът като държавна икономическа идеология

Между XVI и XVIII век в Европа се оформя икономическа теория, известна като меркантилизъм – идеята, че националната мощ се измерва чрез натрупване на злато и търговски излишък. Това води до промяна в ролята на държавата – от пасивен наблюдател тя се превръща в активен агент в икономическата дипломация:

- Държавите издават монополи на избрани търговски компании;
- Насърчават износ чрез субсидии и забрани за внос;
- Сключват двустранни търговски договори, които гарантират изгодни мита и екстериториални права.

Източноиндийските компании – корпорации с дипломатически статут

През този период се създават хибридни субекти като Британската и Холандската източноиндийска компания, които комбинират търговия, администрация и военна сила. Тези компании:

- Сключват договори с местни владетели;
- Разполагат със собствени армии и флоти;
- Имат право да преговарят от името на държавата, но често с автономни интереси.

Това е първата проява на корпоративна икономическа дипломация, при която частни актьори заместват държавата в международни икономически отношения.

Колониалната дипломация и икономическото господство

Меркантилизмът достига своя връх с колониалната експанзия на Великобритания, Франция, Испания и Португалия. Икономическата дипломация се изразява в:

- Установяване на търговски постове чрез „мирни“ договори;
- Подкупване на местни елити за достъп до ресурси;
- Налагане на митнически системи и фиксирани цени.

Така икономиката се превръща в инструмент за легитимиране на господство, като създава икономическа зависимост вместо открито подчинение.

Поява на професионална търговска дипломация

XIX век бележи преход от колониална към модерна икономическа дипломация, свързана с индустриализацията, буржоазната държава и международните пазари. Новите индустриални сили – Германия, САЩ,

Япония – започват агресивна търговска експанзия, която налага развитие на професионални дипломатически структури.

Държавите започват да назначават:

- Търговски аташета в чужди посолства;
- Специални пратеници за икономически договори;
- Постоянни мисии към търговски и индустриални изложби.

В много страни се създават министерства по търговия и външна икономика, които координират националната икономическа дипломация.

Международни изложби и панаири като дипломатическа арена

Международните индустриални панаири (Лондон – 1851, Париж – 1889 и др.) служат не само за технологически демонстрации, но и за икономически преговори и дипломатическо позициониране. Те предлагат форум за среща между държави, компании и инвеститори – нов формат на многостранна икономическа комуникация.

Появява се идеята, че търговията е не просто икономическа, а културна и политическа дейност, при която нацията се представя чрез индустриалния си успех.

Търговски договори и началото на инвестиционна защита

Сключват се първите билатерални (двустранни) инвестиционни договори, които гарантират:

- Национално третиране на чуждестранни инвеститори;
- Защита от експроприация;
- Право на международен арбитраж.

Това е началото на съвременната договорна мрежа, която до днес е в основата на икономическата дипломация между държавите.

Икономическите причини за конфликт

През първата половина на XX век икономическите съперничества между великите сили стават все по-видими. Натрупването на индустриална мощ, борбата за колонии и суровини, както и желанието за търговска експанзия са сред водещите причини за глобалните конфликти. Германската империя например вижда своето икономическо развитие ограничено от колониалната доминация на Великобритания и Франция.

Това води до милитаризация на икономическата дипломация, при която дипломатически средства се използват за отлагане на война или за осигуряване на стратегически ресурси преди настъпването ѝ.

Икономически блокади, санкции и преговори

През Първата и Втората световна война икономическата дипломация приема форма на:

- Икономически блокади (особено морски);
- Забрани за износ и търговия със страни извън съюзите;
- Договори за доставки на оръжие, храна, енергийни суровини;
- Военни заеми и дългови споразумения (например програмата „Lend-Lease“ на САЩ).

Дипломатическите преговори не спират дори по време на война. Страни като Швеция и Швейцария запазват неутралитет, използвайки търговията и посредничеството като основен лост на икономическата си дипломация.

Икономически договори и следвоенни репарации

След Първата световна война Версайският договор въвежда икономически наказания под формата на репарации. Това решение има сериозни последици – сред тях хиперинфлацията в Германия, социално напрежение и политическа радикализация.

След Втората световна война икономическата дипломация приема различен курс. Мирът започва да се възприема като функция на икономическо възстановяване, а не на наказание. Това води до създаването на нова система от международни икономически институции

Бретънуудската система и началото на многостранната дипломация

През 1944 г., на конференцията в Бретън Уудс (САЩ), се поставят основите на нова глобална икономическа архитектура. Създадени са три ключови институции:

- Международен валутен фонд (МВФ) – стабилизиране на валутите и макроикономическа подкрепа;
- Световна банка (в началото IBRD) – финансиране на възстановяването и развитие;
- Генерално споразумение по митата и търговията (ГАТТ) – регулиране на международната търговия (по-късно заменено от СТО).

Тези институции работят като многостранна дипломация, при която всяка страна участва в колективно договаряне, а икономическите решения се вземат чрез дипломатическо съгласие.

Планът „Маршал“ и дипломация чрез икономическо възстановяване

Съединените щати използват икономическата дипломация, за да изградят стабилен Запад след войната. Планът „Маршал“ (1948 – 1952) предоставя финансова помощ на разрушените европейски икономики срещу условие: икономическо сътрудничество и отдалечаване от съветското влияние.

Този подход превръща икономическата дипломация в оръжие на идеологическа конкуренция. Държави, които приемат помощта, влизат в орбитата на капиталистическия модел.

Икономическа дипломация в условията на Студена война

По време на Студената война икономическата дипломация се проявява в две системи:

- Западен блок – доминиран от МВФ, Световната банка, ГАТТ и по-късно Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР);
- Източен блок (СИВ) – Съветският съюз и сателитите му използват планова икономика и вътрешни договори за търговия и инвестиции.

Въпреки противопоставянето, съществуват моменти на икономическа дипломация между блоковете: преговори за доставка на зърно между САЩ и СССР, енергийни договори, участие в глобални форуми (например, ООН, УНКТАД).

Глобализация и регионализация на икономическите отношения

След 1990 г. светът навлиза в ера на ускорена икономическа интеграция. Създават се регионални блокове със силен икономически компонент:

- Европейският съюз – общ пазар, валута и външна икономическа политика;
- NAFTA (сега USMCA) – зона за свободна търговия в Северна Америка;
- ASEAN, MERCOSUR, Африкански съюз – регионални икономически съюзи с дипломатически структури.

Икономическата дипломация става по-многостепенна – провежда се не само от държави, но и от наднационални и регионални институции.

Новите играчи: корпорации, НПО, технологични гиганти

В съвременната икономическа дипломация вече участват:

- Транснационални корпорации, които договарят споразумения с правителства и оказват натиск върху регулации;
- Неправителствени организации, които защитават етични, екологични и социални стандарти;
- Технологични платформи (Google, Amazon, Alibaba), които влияят върху търговските политики и данъчното законодателство.

Това създава ново равнище на дипломация, при което интересите се договарят чрез мрежи, а не само чрез институции.

Ключови съвременни теми

- Дигитална търговия и криптовалути – нови форми на икономическо взаимодействие, които изискват адаптиране на дипломатическите практики.
- Зелена икономика и устойчиво развитие – дипломация, насочена към климатични цели, ESG стандарти и трансформация на индустрии.
- Геоикономика – стратегия, при която икономическите ресурси се използват за политическо влияние (например, санкции, енергийна зависимост, търговски войни).

Обобщен извод относно историята и еволюцията на икономическата дипломация

Най-общо може да се заключи, че историята и еволюцията на икономическата дипломация преминава от имперски мисии до многостранна икономическа дипломация

Развитието на икономическата дипломация от древността до днес проследява трайна тенденция: икономиката все по-ясно заема централно

място в международните отношения. Ако в миналото търговията е била средство за мир или причина за война, днес тя е и платформа за сътрудничество, устойчиво развитие и глобална координация.

Историческата перспектива показва как:

- Функциите на търговците преминават към държавата;
- Частни актьори придобиват дипломатически роли;
- Геополитиката и икономиката стават неразривно свързани.

2. Основни принципи и участници в икономическата дипломация

В съвременния свят икономическата дипломация не се осъществява единствено от държавите (Соколов, 2024а). Тя се развива в сложна мрежа от национални правителства, международни организации, частни компании, неправителствени структури и дипломатически мрежи, които взаимно се допълват, но често и се конкурират (Bayne and Woolcock, 2017).

Успешната икономическа дипломация зависи от три основни стълба:

Първи стълб, добре дефинирани принципи и цели;

Втори стълб, ефективни участници с ясни правомощия и стратегии;

Трети стълб, координация между национални и международни усилия.

Тук първо разглеждаме **ключовите принципи**, които стоят в основата на икономическата дипломация, а след това анализираме **основните актьори**, включително международни организации, частния сектор и институционалната рамка.

2.1. Основни принципи на икономическата дипломация

Принцип на взаимна изгода (mutual benefit)

Икономическата дипломация, за разлика от класическата реалполитик, търси устойчиво сътрудничество, при което и двете страни печелят. Това не изключва конкуренция, но предполага търсене на балансирані решения чрез:

- Двустранни и многостранни търговски договори;
- Споразумения за инвестиции;
- Съвместни икономически проекти.

Като пример може да се посочат Споразуменията за свободна търговия в рамките на ЕС и между ЕС и трети страни, които предвиждат поетапно премахване на мита и търговски бариери.

Принципът на взаимната изгода (mutual benefit) е в самата сърцевина на икономическата дипломация (Соколов, 2024b). Принципът означава, че международното икономическо сътрудничество трябва да носи положителни резултати и за двете страни (или за всички участници). Това е алтернатива на „игра с нулева сума“ (едната страна печели, другата губи). Прилага се като търсене на „win-win“ решения – и икономически, и политически.

Ролята на този принцип в икономическата дипломация се проявява в следното:

Основа за доверие и партньорство. Когато партньорите виждат, че имат полза, дипломатическите отношения стават по-стабилни и дългосрочни. Това изгражда доверие и намалява риска от конфликти.

Мотиватор за международни споразумения. Всяко търговско, инвестиционно или финансово споразумение се постига чрез търсене на взаимна изгода. Пример: търговски договори в рамките на СТО или споразуменията за свободна търговия на ЕС.

Инструмент за балансиране на интереси. Принципът помага да се намери компромис между различни национални интереси (Цанов, 2018). В икономическата дипломация често едната страна отстъпва в една област, за да получи ползи в друга.

Насърчаване на устойчиво развитие. Взаимната изгода не е само финансово понятие – включва и социални, екологични и технологични ползи. Така икономическата дипломация се ориентира към устойчиви, дългосрочни модели на растеж.

Мека сила и имидж. Държави и международни организации, които предлагат партньорство на принципа на взаимната изгода, изграждат позитивен международен образ. Пример: инициативата „Един пояс, един път“ (Китай) се представя именно като проект на взаимна изгода за участващите страни.

Ограничаване на протекционизъм и конфликти. Ако принципът се прилага, икономическата дипломация се насочва към сътрудничество вместо търговски войни. Взаимната изгода служи като аргумент срещу едностранни мерки и санкции.

Принципът на взаимната изгода е фундаментален за икономическата дипломация, защото:

- Превръща международните икономически отношения в партньорство, а не в конкуренция;
- Създава база за дългосрочно доверие;
- Прави възможно намирането на компромиси и справедливи решения в глобалната икономика.

Принцип на ненамеса във вътрешните икономически системи

Този принцип е особено актуален в отношенията между развиващи се страни и големи икономически блокове. Икономическата дипломация трябва да зачита:

- Автономията на националните икономически стратегии;
- Културният и правен контекст на партньора;
- Правото на избор на икономически модел.

Изключение правят случаите, когато се договарят стандарти в рамките на международни договори (например, за околна среда, труд или данъчно облагане).

Принцип на правна предвидимост

Стабилната икономическа среда изисква:

- Ясно определени договорни условия;
- Защита на инвестициите;
- Предвидимост на регулаторната рамка;
- Механизми за разрешаване на спорове (например, арбитраж).

Това е основата на доверието в икономическите отношения между държави и между компании и институции.

2.2. Основни актьори в икономическата дипломация

Държавата като икономически дипломат

В съвременната практика държавата играе двойна роля:

- Тя представлява икономическите интереси на своите граждани и компании;
- Същевременно регулира условията за икономическа активност на чужди инвеститори и търговски партньори на своята територия.

Министерствата на външните работи, икономиката и финансите са обичайно ангажирани в:

- Договаряне на търговски споразумения;
- Привличане на инвестиции;
- Защита на националните интереси в международни форуми.

Министерството на икономиката на България, например, съвместно с МВнР, участва в работата на търговските секции към посолствата и в търговски мисии в чужбина.

Посолства и търговски аташета

Търговските аташета са специализирани служители в дипломатическите мисии, чиято задача е:

- Да подпомагат националните компании в достъпа до чужди пазари;
- Да идентифицират бизнес възможности;
- Да поддържат контакт с местните власти и бизнес среда.

Ролята им е особено важна в страни със сложна бюрокрация или нестабилна регулаторна среда, където директното присъствие на дипломат с икономически познания е решаващо.

Международни организации и тяхната роля в икономическата дипломация

Международен валутен фонд (МВФ)

МВФ подпомага държавите членки чрез:

- Макроикономически съвети;
- Временни заеми при кризи (например, при платежен дефицит);
- Наблюдение на финансовата стабилност.

Макар формално да не е търговска институция, МВФ влияе върху икономическите решения на държавите, включително чрез структурни програми, които често са част от международни преговори.

Международният валутен фонд има ключова роля в развитието на икономическата дипломация, тъй като действа като платформа, инструмент и посредник в глобалните финансови и икономически отношения. Неговата роля може да се разгледа в няколко основни направления:

Финансова стабилност и доверие. МВФ предоставя кредити и финансова помощ на държави, изпаднали във валутни или дългови кризи. По този начин съдейства за стабилизиране на националните икономики, което е предпоставка за устойчиви международни икономически отношения и търговия;

Икономическа дипломация чрез преговори. Получаването на финансова подкрепа от МВФ е резултат от дипломатически преговори между страната и фонда. Това създава поле за икономическа дипломация, тъй като държавите договарят условията на помощта, включително реформи и политики;

Формиране на политики и стандарти. Чрез своите анализи, препоръки и мониторинг, МВФ влияе върху националните икономически политики. Той служи като посредник за хармонизиране на икономическите практики между държавите и за разпространение на добри практики;

Мултилатерализъм и сътрудничество. МВФ е международна организация с почти универсално членство, което го превръща във форум за сътрудничество и икономически диалог. Решенията му изискват консенсус или балансирано гласуване, което засилва дипломатическото измерение в отношенията между държавите;

Подкрепа за развиващи се икономики. Чрез различни програми МВФ помага на по-слабо развитите страни да се интегрират по-успешно в световната икономика. Това засилва тяхната позиция в международната дипломация и им позволява да участват по-активно в глобални икономически процеси.

Можем да обобщим, че МВФ е едновременно финансов стабилизатор, дипломатически посредник и институция, задаваща международни икономически правила. Чрез дейността си той не само решава краткосрочни кризи, но и подпомага изграждането на доверие, сътрудничество и взаимозависимост между държавите – основни елементи на съвременната икономическа дипломация. В Таблица 1 представяме синтезирана информация за ролята на МВФ в сферата на икономическата дипломация.

Таблица 1. Роля на МВФ в икономическата дипломация

Механизъм	Роля в икономическата дипломация
Финансова помощ и заеми	Стабилизира икономиките и изгражда доверие между държави и международни пазари
Преговори и условия	Създава поле за дипломатически диалог при договаряне на програми и реформи
Мониторинг и анализи	Осигурява обективна информация, която служи за координация на политики и икономически решения
Мултилатерален форум	Дава възможност на държавите да участват в глобални икономически решения и колективно управление на кризи
Подкрепа за развиващи се страни	Подобрява тяхната интеграция в международната икономика и засилва позициите им в дипломатически процеси
Формиране на стандарти	Насърчава добри практики и съгласуваност на икономическите политики в глобален мащаб

Световна търговска организация (СТО)

Световната търговска организация (СТО) е ядрото на глобалната търговска дипломация (Соколов, 2024с). Нейните функции включват:

- Преговори по митнически тарифи и бариери;
- Надзор над прилагането на споразумения;
- Арбитраж в спорове между държави.

Чрез СТО се регулира повече от 90% от световната търговия, а дипломатическите усилия на държавите често се фокусират върху постигане на равнопоставен достъп до пазарите.

Световната търговска организация е една от най-важните институции за развитието на икономическата дипломация, защото предоставя правила,

механизми и форум за договаряне на глобалната търговия. Нейните функции могат да се разгледат в няколко основни аспекта:

Форум за преговори. СТО е място, където държавите договарят условия за либерализация на търговията (Rana, 2011). Тези преговори са същностна форма на икономическа дипломация, тъй като се базират на компромиси, коалиции и стратегическо договаряне.

Създаване и прилагане на правила. Организацията изработва и утвърждава международни правила за търговия със стоки, услуги и интелектуална собственост. Така се осигурява предвидимост и равнопоставеност, което улеснява дипломатическите отношения и намалява търговските конфликти.

Механизъм за уреждане на спорове. СТО предлага институционализирана система за разрешаване на търговски спорове. Това намалява риска от ескалация на конфликти и създава условия за цивилизована дипломация вместо едностранни икономически санкции.

Баланс между интересите на държавите. Чрез механизмите на организацията се дава възможност както на големи, а така също и на малки икономики да защитават интересите си. Това укрепва мултилатерализма и позволява по-слаби страни да участват активно в икономическата дипломация.

Подкрепа за развиващи се страни. СТО подпомага интеграцията на развиващите се икономики в глобалната търговия чрез техническа помощ и специални условия. Това повишава тяхната дипломатическа тежест и участие в международни икономически процеси.

Намаляване на протекционизма. Чрез наблюдение и контрол върху националните търговски политики, СТО насърчава свободната търговия и предотвратява едностранни мерки, които могат да доведат до конфликти.

СТО е институция, която съчетава правила, преговори и механизми за спорове, превръщайки се в основен стълб на икономическата дипломация. Тя дава на държавите възможност да решават икономическите си различия чрез диалог и институционализирани правила, вместо чрез търговски войни и политическа конфронтация.

Европейски съюз (ЕС)

Европейският съюз е уникален пример на наднационален субект, който:

- Води обща външна търговска политика;
- Сключва търговски споразумения от името на всички страни членки;
- Регулира вътрешния пазар и защитата на потребителя.

В рамките на ЕС, търговската дипломация на всяка страна се съгласува с общата политика, което ограничава, но и укрепва позициите ѝ чрез колективна тежест.

Европейският съюз играе многостранна и стратегическа роля в развитието на икономическата дипломация, защото е едновременно наднационален съюз и глобален икономически актьор. Неговата функция може да се разгледа в няколко основни измерения:

Единен пазар и икономическа интеграция. ЕС е най-големият вътрешен пазар в света, в който свободно се движат стоки, услуги, капитали и хора. Това укрепва икономическата позиция на държавите членки и им дава силен дипломатически ресурс в преговорите с външни партньори.

Общи търговски политики. ЕС води търговската политика като единен блок, а не чрез индивидуални действия на всяка държава. Това увеличава тежестта му в международни форуми (например в СТО) и при двустранни преговори (споразумения за свободна търговия с Канада, Япония, Меркосур и др.).

Институционализирана икономическа дипломация. Чрез Европейската комисия и Европейската служба за външна дейност ЕС има професионални дипломатически структури, които отстояват икономическите интереси на целия съюз.

Инструмент за влияние и „мека сила“. ЕС използва икономическата дипломация, за да насърчава демокрация, устойчиво развитие и човешки права чрез търговски споразумения и програми за помощ. Икономическите стимули често се използват като средство за постигане на политическа стабилност в съседни региони (Западни Балкани, Източно партньорство).

Уреждане на спорове и стандартизация. ЕС създава общи стандарти (екологични, социални, технически), които стават модел за много държави и компании в глобален план. Чрез тях той упражнява „дипломация чрез правила“ (rule-based diplomacy).

Подкрепа за развиващи се страни. Чрез инструменти като Общата система за преференции (GSP) ЕС дава на развиващите се икономики по-лесен достъп до европейския пазар. Това засилва тяхната интеграция и повишава дипломатическото влияние на Съюза.

Европейският съюз изпълнява функцията на икономически дипломат от нов тип – съчетава силата на най-големия интегриран пазар с механизми за търговска политика, стандарти и външноикономическо влияние. По този начин той превръща икономическата си мощ в геополитически инструмент, който засилва ролята на Европа на световната сцена.

Организация за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР)

Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) не притежава регулаторни правомощия, но играе важна роля като аналитичен и координиращ център. Нейните основни функции са следните:

- Изготвя стандарти за икономическо управление;

- Подпомага развитието на политики за инвестиции и публично управление;
- Провежда мониторинг на добри практики и прозрачност.

Организацията за икономическо сътрудничество и развитие има по-специфична роля в сравнение с МВФ, СТО или ЕС, защото не е нито кредитор, нито търговски блок, а форум за икономически диалог, анализ и координация на политики. Нейната функция в икономическата дипломация може да се обобщи така:

Форум за икономически диалог. ОИСР събира най-развитите икономики (и редица партньорски държави) в платформа за обмен на опит и координация. Чрез този постоянен диалог се изграждат доверие и консенсус по ключови глобални икономически въпроси – основен елемент на икономическата дипломация.

Създаване на стандарти и добри практики. Организацията изработва международно признати насоки, стандарти и препоръки (например, за корпоративно управление, данъчна прозрачност, борба с прането на пари, устойчиво развитие). Това подпомага дипломацията чрез общи „правила на играта“, които улесняват сътрудничеството между държавите.

Икономически анализи и мониторинг. ОИСР е известна със своите задълбочени икономически изследвания и статистика. Тези анализи служат като обективна база за дипломатически преговори, защото държавите получават надеждна и сравнителна информация.

Подпомагане на развиващи се страни. Чрез партньорства и програми за развитие (например, в Южна Америка, Африка и Азия), ОИСР помага на нововъзникващи икономики да се интегрират в глобалната икономика. Това разширява дипломатическото влияние на организацията отвъд нейните членки.

Мост между различни икономически модели. ОИСР е своеобразен „мост“ между САЩ, Европа, Япония и нововъзникващите икономики. Тя насърчава диалог и намиране на компромиси по спорни въпроси като данъчни политики, дигитална икономика, климатични промени.

Мека сила и доверие. Организацията не налага задължителни решения (както СТО или МВФ), а разчита на мека дипломация – влияние чрез авторитет, експертиза и препоръки. Това прави нейната роля в икономическата дипломация по-непряка, но стратегически важна.

ОИСР изпълнява функцията на „мозъчен тръст“ и посредник в икономическата дипломация. Чрез анализи, стандарти и форуми за диалог тя подпомага изграждането на доверие, съгласуваност и сътрудничество между държавите, без да използва финансови или търговски механизми като МВФ и СТО.

Бизнесът като субект на външна икономическа политика

В миналото, основен участник в дипломацията е била държавата, но днес транснационалните корпорации (ТНК) и дори малки и средни предприятия (МСП) се превръщат във влиятелни актьори в международната икономическа арена. Тези субекти участват пряко в:

- Международни преговори и форуми;
- Формулиране на политически и икономически позиции;
- Структуриране на двустранни икономически отношения чрез инвестиции, производство и търговски канали.

Бизнес делегациите често са включвани в държавни посещения или икономически мисии, като техният принос е не само оперативен, но и стратегически – те представят икономическите приоритети на страната.

Бизнесът днес е не само обект, но и активен субект на външната икономическа политика (Odell, 2000). Ролята му може да се разгледа в няколко ключови измерения:

Двигател на международната търговия и инвестиции. Чрез износ, внос и преки чуждестранни инвестиции бизнесът директно оформя посоката на външната икономическа политика. Компаниите създават връзки между национални икономики и по този начин влияят върху двустранни и многостранни икономически отношения.

Лобирание и влияние върху държавата. Бизнес асоциации и корпорации активно участват в процеса на формиране на външноикономическата политика, като лобират за: по-благоприятни търговски споразумения, премахване на бариери и защита на националните производители. Така бизнесът се превръща в партньор и „съветник“ на държавата в международните икономически преговори.

Създаване на национален имидж и „икономическа марка“. Успешните компании изграждат положителен образ на страната си (например: Siemens – Германия, Toyota – Япония, Samsung – Южна Корея). Този корпоративен имидж подпомага и външнополитическите интереси на държавата.

Източник на иновации и конкурентоспособност. Бизнесът е ключов за технологичното развитие, което се превръща в инструмент на икономическа дипломация (например, зелени технологии, дигитална трансформация). Страните използват конкурентоспособността на своите компании като аргумент в международни преговори.

Публично-частно партньорство. В много случаи държавата и бизнесът работят заедно при: търговски мисии, международни изложения, изграждане на инфраструктура в трети страни. Това засилва ефективността на външната икономическа политика.

Социална отговорност и „мека сила“. Международните корпорации участват в социални, екологични и хуманитарни проекти. Това им придава дипломатическа роля, защото чрез тях се насърчават ценности като устойчиво развитие и корпоративна етика.

Бизнесът е активен субект на външната икономическа политика, защото:

- Реализира международните икономически отношения на практика;
- Влияе върху държавните решения чрез лобиране и партньорство;
- Изгражда международния имидж на страната.

Така той се превръща в неформален „икономически дипломат“, допълвайки и укрепвайки усилията на държавата.

Лобиране, корпоративна дипломация и глобални мрежи

Най-вече големите компании – особено в секторите на енергетиката, технологиите, фармацевтиката и отбраната – използват специализирани звена за лобизъм и корпоративна дипломация, които:

- Изготвят икономически анализи и предложения за регулации;
- Участват в обществени консултации и международни работни групи;
- Поддържат контакти с посолства и най-различни институции.

Големите корпорации изграждат собствени дипломатически структури:

- Поддържат офиси в Брюксел, Вашингтон и Женева;
- Постоянни представители в международни форуми;
- Правни и политически отдели, специализирани в търговски спорове.

Ролята на неправителствените организации (НПО)

Неправителствените организации (НПО-тата) играят все по-активна роля в дипломацията с икономическо измерение, особено в областта на:

- Устойчивото развитие;
- Трудовите и социалните стандарти;
- Опазването на околната среда;
- Корпоративната социална отговорност (CSR).

Те често участват в тристранни диалози, организирани от международни институции (СТО, ООН, ЕС), и могат да оказват натиск върху бизнеса или правителствените решения.

Неправителствените организации (НПО) традиционно се свързват с гражданското общество, социални каузи и хуманитарни дейности, но през последните десетилетия те придобиват нарастваща роля и във външната икономическа политика и икономическата дипломация.

Основните функции на НПО в икономическата дипломация са:

Посредници между държавата, бизнеса и обществото. НПО често играят ролята на „мост“ между правителства, международни организации, частния сектор и гражданите. Те подпомагат изграждането на доверие и сътрудничество в международните икономически отношения.

Експертна подкрепа и мониторинг. НПО предоставят независими анализи, експертиза и данни по въпроси като: устойчиво развитие, социални и екологични стандарти, права на работниците. Това влияе върху международните икономически преговори и политики.

Лобиране и защита на интереси. Много НПО участват активно в преговори около търговски споразумения (например в СТО или ЕС), като защитават интересите на потребители, работници или природата. Те насочват вниманието към въпроси, които бизнесът и държавите често пренебрегват.

Насърчаване на корпоративната социална отговорност (CSR). НПО изискват от корпорациите да прилагат по-високи стандарти за екология, трудови права и етика. Така косвено формират международни норми и стандарти, които се превръщат в част от икономическата дипломация.

Участие в глобалното управление. НПО са признати партньори в международни организации като ООН, СТО, МВФ, ОИСР. Те участват в консултативни формати и съвместни инициативи, с което влияят върху решенията в световната икономика.

Мека сила и ценностна дипломация. Чрез кампании за човешки права, устойчивост и борба с бедността, НПО придават ценностно измерение на икономическата дипломация. Те могат да оказват натиск върху държави и компании да спазват международни стандарти.

НПО имат функцията на „граждански дипломати“ в икономическата дипломация:

- Контролират и насочват действията на държави и бизнес;
- Внасят нови ценности и приоритети (устойчивост, права, равенство);
- Участват в създаването на международни стандарти.

Те не разполагат със силата на държавите или корпорациите, но чрез мека сила, експертиза и мобилизация на обществено мнение могат да оказват сериозно влияние върху глобалните икономически процеси.

Градове, региони и местни власти в икономическата дипломация

Децентрализацията на икономическата дипломация е нововъзникваща тенденция (Соколов и Цанов, 2023). Градове като Париж, Барселона, Шанхай или София често:

- Сключват собствени партньорства с други региони;
- Участват в международни икономически мрежи;

- Организирант бизнес форуми, инвестиционни конференции и кълъстери за иновации.

Регионалната икономическа дипломация е особено важна в сектори като:

- Туризъм;
- Селско стопанство;
- ИТ и аутсорсинг;
- Културна икономика.

Все по-често в международните отношения се говори за участието на градовете, регионите и местните власти в международната сцена. Това явление има важно отражение върху икономическата дипломация.

Ролята на градовете, регионите и местните власти в икономическата дипломация се изразява в следното:

Привличане на инвестиции и капитали. Местните власти активно работят за привличане на преки чуждестранни инвестиции чрез създаване на индустриални зони, облекчени режими и партньорства. Градове като Лондон, Сингапур или Дубай са пример как местното управление може да се превърне в глобален икономически хъб.

Подкрепа за износа и бизнеса. Регионалните власти съдействат на местни компании да излязат на международните пазари чрез: бизнес мисии, участие в международни изложения, програми за насърчаване на иновации и предприемачество.

Градове като „брандове“. Градовете изграждат собствена икономическа идентичност и имидж – например: Силициевата долина (иновации и технологии), Милано (мода и дизайн), Женева (финанси и дипломация). Това се превръща в инструмент на икономическата дипломация, защото привлича таланти, инвестиции и туристи.

Трансгранично и регионално сътрудничество. Региони и общини често създават трансгранични мрежи и проекти (например „Еврорегионите“ в ЕС). Така те засилват икономическата интеграция и сътрудничество, дори когато държавите имат политически различия.

Участие в глобални мрежи и организации. Градове и региони членуват в международни мрежи като: C40 (мрежа от мегаполиси за климатични действия), United Cities and Local Governments (UCLG). Чрез тях местните власти се включват в глобални икономически и екологични дебати.

Иновации и устойчиво развитие. Често именно градовете са двигател на политики за зелена икономика, дигитализация и устойчив транспорт, които след това се пренасят и на национално ниво. Така местните власти стават експериментални лаборатории за икономическа дипломация.

Градовете, регионите и местните власти са „локални икономически дипломати“, защото:

- Изграждат собствени международни връзки;
- Насърчават търговията, инвестициите и туризма;
- Участват в глобални мрежи за обмен на добри практики.

Тяхната роля допълва националната външноикономическа политика, като превръща местното управление в активен субект на глобализацията.

Хибридни платформи: новата екосистема на икономическите отношения

Много съвременни форми на икономическа дипломация функционират в хибридна среда, в която участват държавни и недържавни актьори. Пример за такива платформи:

- Световният икономически форум (Давос);
- Конференциите COP (по изменението за климата);

- Регионални икономически инициативи (Черноморско икономическо сътрудничество, Инициативата „Три морета“).

Тези формати предлагат:

- Неформална среда за договаряне;
- Възможност за участие на всички заинтересовани страни;
- Въздействие върху глобалната регулация без официален политически мандат.

Взаимодействие, баланс и сътрудничество

Можем да обобщим, че икономическата дипломация в XXI век е мрежова, многостранна и мултиактьорна. Тя изисква ефективна координация между:

- Държавните институции, които задават стратегически курс;
- Бизнеса, който реализира икономическите цели на практика;
- Международните организации, които определят стандартите и каналите;
- Гражданското общество, което защитава етичната и социалната рамка.

Успешните примери на икономическа дипломация са именно тези, при които различните актьори успяват да балансират интересите си, да комуникират ефективно и да изградят дългосрочни партньорства.

Заклучение

Изследването на теоретичните основи на икономическата дипломация показва, че тя се утвърждава като сложен и многопластов феномен, чиято динамика е резултат от историческа еволюция и съвременни институционални взаимодействия. Историческият поглед не се изчерпва с описание на последователни етапи, а разкрива трансформацията на икономиката – от второстепенен елемент в дипломатическите отношения до тяхна централна ос. Тази трансформация отразява както нарастващата взаимозависимост между държавите, така и значението на глобалните процеси като дигитализация, интернационализация на капитала и институционализиране на международното икономическо сътрудничество.

В същото време анализът на основните принципи и актьори в икономическата дипломация очертава сложна мрежа от взаимодействия, в която държавата запазва ключова роля, но същевременно споделя пространството с международни организации, транснационални корпорации и неправителствени структури. Това подчертава необходимостта икономическата дипломация да се разглежда като процес, в който националният интерес се преплита с глобалните правила и практики, а традиционната дипломатическа дейност се обогатява чрез механизми на икономическо регулиране и партньорство.

Може да се заключи, че теоретичните основи на икономическата дипломация се изграждат върху разбирането за нейната историческа еволюция и върху идентифицирането на основните принципи и участници, които структурират този процес. Този двоен аналитичен подход позволява не само да се обяснят миналите тенденции, но и да се очертаят перспективите за

развитието на икономическата дипломация в условията на все по-сложна и взаимосвързана международна среда.

В перспектива е необходимо по-задълбочено изследване на:

- Въздействието на дигитализацията и изкуствения интелект върху инструментите и практиките на икономическата дипломация;
- Ролята на зеления преход и климатичните политики като нови измерения на икономическите дипломатически стратегии;
- Геоикономическите конфликти и тяхното отражение върху стабилността на международната търговия и финансовите системи;
- Взаимодействието между националните институции и частния сектор в процеса на формулиране и реализация на външноикономическите приоритети.

Тези направления биха могли да разширят аналитичната рамка и да предложат по-адекватни обяснителни модели за динамиката на икономическата дипломация в условията на XXI век.

Литература

1. Соколов, Ив. (2024a). *Икономическа и финансова дипломация*. Електронна книга. Пловдив: Интел дизайн.
2. Соколов, Ив. (2024b). *Основи на икономическата и финансовата дипломация*. Електронна книга. Пловдив: Интел дизайн.
3. Соколов, Ив. (2024c). *Икономически форуми и събития*. Електронна книга. Пловдив: Интел дизайн.
4. Соколов, Ив., Цанов, Ив. (2023). *Economic diplomacy in the era on artificial intelligence and the new security environment*. – В: сп. „Информатика и иновативни технологии“, бр. 4/2023, стр. 21-32. Пловдив: Институт по информатика и иновативни технологии.
5. Цанов, Ив. (2018). *Управленско решение: теория и практика*. София: Сдружение БЪЛГ. асоц. на конфликтолозите.
6. Bayne, N., Woolcock, S. (2017). *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations*. Routledge.
7. Odell, J. S. (2000). *Negotiating the World Economy*. Cornell University Press.
8. Rana, K. S. (2011). *21st Century Diplomacy: A Practitioner's Guide*. Continuum.

За автора

Проф. д-р Иван Младенов Соколов

ВСУ „Черноризец Храбър“

ПРАКТИЧЕСКИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ДИПЛОМАЦИЯ

Иван Соколов⁴

Резюме: Студията разглежда икономическата дипломация като многопластов инструмент за утвърждаване на националните интереси на България в глобалната икономическа среда. Анализът е структурирано разделен на три взаимно свързани аспекта. Първият аспект обхваща институционалните практики, националния интерес и стратегическата реализация на икономическата дипломация. Вторият аспект изследва връзката между икономическата дипломация и международния бизнес. Третият аспект акцентира върху дигиталната икономика и иновациите като фактори, трансформиращи инструментите и практиките на икономическата дипломация. В студията се разглеждат приложенията на електронната търговия, блокчейн технологиите, киберсигурността и дигиталните стандарти като нови полета за международно сътрудничество и стратегическо позициониране. Демонстрира се, че успешната икономическа дипломация се базира на интеграция между институционалните усилия, бизнес взаимодействията и дигиталните иновации. Изтъква се необходимостта България да развива експертен капацитет и международни партньорства, за да осигури ефективна защита на националните интереси и устойчиво икономическо развитие, в условията на глобална конкуренция и цифрова трансформация.

⁴ Проф. д-р Иван Соколов, Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“

Ключови думи: икономическа дипломация, дипломация, дигитална дипломация

Увод

Икономическата дипломация се утвърждава като едно от ключовите направления във външнополитическата стратегия на държавите в условията на глобализирана и взаимозависима икономика. Тя представлява съвкупност от институционални практики, политически механизми и международни инициативи, насочени към защита и реализация на националния интерес чрез икономически инструменти.

В контекста на България, на първо място, икономическата дипломация придобива особена значимост, тъй като страната се стреми да укрепи позициите си в Европейския съюз, да диверсифицира външните си икономически връзки и да се приспособи към новите предизвикателства на световната икономика.

Вторият съществен аспект е взаимовръзката между икономическата дипломация и международния бизнес. Тя се изразява в подпомагане на българските компании при излизането им на чужди пазари, създаване на благоприятна среда за привличане на преки чуждестранни инвестиции и улесняване на трансграничното сътрудничество. Дипломатическите мисии се превръщат в посредник между бизнеса и държавата, като подпомагат изграждането на международни партньорства, укрепват икономическото доверие и допринасят за включването на български предприятия във веригите на глобалната добавена стойност.

На трето място, дигиталната икономика и иновациите трансформират както самото съдържание на икономическата дипломация, така и инструментите за нейното реализиране. Развитието на блокчейн технологии,

електронна търговия и киберсигурност създава нови измерения на международното икономическо сътрудничество. Дипломатията вече не се ограничава до класическите форми на търговски преговори и договори, а включва и изграждането на международни дигитални стандарти, стимулиране на иновационни екосистеми и сътрудничество в сферата на изкуствения интелект и устойчивите технологии.

Обединяването на тези три аспекта – институционални практики и стратегическа реализация на националния интерес, подкрепа на международния бизнес и интеграция на дигиталните иновации – очертава икономическата дипломатия като сложна, динамична и многопластова сфера. Тя се превръща в основен инструмент за адаптиране на България към новите глобални предизвикателства и за постигане на устойчиво икономическо развитие в условията на засилена международна конкуренция.

1. Икономическата дипломатия в България: институционални практики, национален интерес и стратегическа реализация

Икономическата дипломатия в България представлява многопластова система от политики, институционални взаимодействия и приложни действия, насочени към защита и реализация на икономическите интереси на страната на международната сцена. Тя обединява усилията на различни държавни и частни субекти, чиято координирана дейност цели както разширяване на пазарното присъствие на българските компании, така и привличане на качествени чуждестранни инвестиции. Описваме и интерпретираме историческата еволюция, институционалната архитектура, приоритетните сфери и съвременните предизвикателства пред икономическата дипломатия в България. Подходът е аналитичен, с акцент върху взаимодействието между политики, структури и международен бизнес

Историческа рамка и трансформация

До края на 80-те години на XX век икономическата политика на България е изцяло подчинена на централизирания модел на планова икономика, в рамките на Съвета за икономическа взаимопомощ (СИВ). Дипломатията, макар и активна, служи предимно за потвърждаване на идеологическа и икономическа лоялност, като търговските и инвестиционните отношения са ограничени предимно до т.нар. социалистически блок.

С прехода към пазарна икономика през 90-те години на XX век и отварянето към Запада, България започва дълбока трансформация в сферата на външноикономическите си отношения. Това включва либерализация на търговията, институционални реформи и постепенно включване в глобалната икономическа система. Присъединяването към Световната търговска организация (1996) и Европейския съюз (2007) бележи завършването на този процес и оформя новата роля на икономическата дипломатия – не като идеологически, а като стратегически инструмент.

Институционална система и механизми

Днес икономическата дипломатия на България функционира в рамките на сложна и взаимосвързана мрежа от институции (Соколов, 2024а). Водеща роля имат Министерството на външните работи (МВнР) и Министерството на икономиката и индустрията, но съществена е и работата на специализирани агенции, регионални структури и бизнес организации.

Министерството на външните работи осъществява стратегическо ръководство върху международната политика на страната. В неговата структура са включени икономически съветници и търговски аташета, работещи в посолства и постоянни представителства. Основните им задачи са

насочени към пазарен мониторинг, разкриване на нови възможности за износ, привличане на инвестиции и подпомагане на българските фирми зад граница.

Министерството на икономиката и индустрията координира политиките, свързани с външната търговия, двустранните икономически отношения и участието на страната в международни икономически форуми. Именно това министерство играе водеща роля при подготовката на междуправителствени икономически комисии и бизнес форуми с международно участие.

Българската агенция за инвестиции (БАИ) е оперативният орган, отговарящ за представянето на страната като инвестиционна дестинация. Чрез анализи, индивидуални планове за инвеститори, подкрепа при навлизане на нови пазари и рекламна дейност, БАИ представлява ключов инструмент в инструментариума на икономическата дипломация.

Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАПМСП) подпомага малкия и среден бизнес в интернационализацията му. Агенцията организира български участия на международни панаири, координира бизнес мисии в чужбина и предоставя експертна помощ на износители.

Национални интереси

Икономическата дипломация на Република България е структурно обусловена от членството ѝ в Европейския съюз, геостратегическото ѝ разположение на кръстопътя между Европа, Близкия изток и Черноморския регион, както и от необходимостта от интеграция в глобалните икономически процеси. Националните интереси в тази сфера могат да бъдат обособени в няколко ключови направления:

Първо, поддържане на макроикономическа стабилност и интеграция в европейските структури. Основен приоритет е укрепването на доверието в

българската икономика чрез стабилна фискална политика, въвеждане на еврото и по-дълбока интеграция в европейския вътрешен пазар. България позиционира икономическата си дипломация като инструмент за активно участие в общата търговска и инвестиционна политика на ЕС.

Второ, привличане на преки чуждестранни инвестиции и технологичен трансфер. Страната акцентира върху създаване на благоприятен бизнес климат и насърчаване на инвестиции в сектори с висока добавена стойност – информационни технологии, енергетика, машиностроене, транспортна логистика и зелени технологии. Икономическата дипломация е насочена към привличане на стратегически партньори, които могат да допринесат за модернизацията на производствената база и за повишаване на конкурентоспособността (Соколов, 2024b).

Трето, енергийна сигурност и диверсификация. Геоикономическото положение на България като транзитна държава за енергийни ресурси определя ключова роля на енергийната дипломация. Приоритет е диверсификацията на източниците и маршрутите за доставка на енергия, включително развитие на връзки със страни от Каспийския регион, Източното Средиземноморие и Северна Африка.

Четвърто, регионално сътрудничество и инфраструктурна свързаност. България се стреми да бъде мост между ЕС и Западните Балкани, както и между Европа и Азия. В този контекст акцентът е върху развитието на транспортни и дигитални коридори, улесняващи трансграничната търговия и инвестиции. Подкрепата за инициативи като „Три морета“ и свързаността в рамките на Черноморското икономическо пространство укрепват регионалната роля на страната.

Пето, участие в глобалната икономическа архитектура. Като малка и отворена икономика България следва стратегия за активна

интеграция в международните икономически организации и инициативи – СТО, ОИСР, както и сътрудничество с международни финансови институции. Това подпомага утвърждаването на страната като предвидим и стабилен партньор.

Геоикономическото позициониране на България в икономическата дипломация се характеризира с балансиране между принадлежността ѝ към европейското икономическо пространство и активната роля на регионален посредник в Югоизточна Европа и Черноморието. Националните приоритети са насочени към модернизация на икономиката, повишаване на енергийната и инфраструктурната свързаност, както и към интеграция в глобалната икономическа система. Това позициониране цели утвърждаването на България като ключов фактор за стабилност, растеж и свързаност в региона.

Национални приоритети и геоикономическо позициониране

През последните години България определя няколко основни приоритета в областта на икономическата дипломация:

- Разширяване на пазарното присъствие на български продукти, особено в сектори с висока добавена стойност (ИТ, машиностроене, фармация, храни);
- Привличане на качествени преки чуждестранни инвестиции, особено в индустриални зони, НИРД и устойчиви технологии;
- Укрепване на регионалното сътрудничество в рамките на ЕС, Западните Балкани и Инициативата „Три морета“;
- Диверсификация на икономическите партньори чрез отваряне към Азия, Близкия изток и Северна Африка.

Стратегическата цел е България да се превърне в регионален хъб за инвестиции и производство, използвайки своето географско положение,

квалифицирана работна сила и членството в ЕС като конкурентно предимство.

Проблеми и предизвикателства

Независимо от усилията, икономическата дипломация на България среща и редица проблеми и предизвикателства, сред които:

- Недостатъчна координация между институциите, което води до дублиране на усилия и неефективност;
- Ограничен човешки ресурс в дипломатическите представителства с икономическа специализация;
- Ниско ниво на международна разпознаваемост на българската икономика и марки;
- Липса на дългосрочна национална стратегия, адаптирана към глобалните трансформации (зелена икономика, дигитализация, регионални блокове).

Тези проблеми и предизвикателства показват необходимостта от реформа, насочена към професионализация на кадрите, по-добра институционална интеграция и по-активно участие на частния сектор в стратегическото планиране.

Икономическата дипломация на България функционира в условия на динамична международна среда, белязана от глобални трансформации, регионални напрежения и вътрешни структурни ограничения. В този контекст се очертават няколко основни проблемни полета и предизвикателства, които влияят върху ефективността на външноикономическите политики.

Ограничен институционален и кадрови капацитет.

Един от съществените проблеми е недостатъчното кадрово обезпечаване на дипломатическите мисии с експерти по икономическа и търговска политика.

Липсата на системна подготовка и специализация в областта на икономическата дипломация води до затруднено представяне на българските интереси в конкурентна международна среда. Наблюдава се и институционална фрагментация между различни държавни органи, отговарящи за икономическите връзки, което ограничава координацията и ефективността.

Недостатъчна международна разпознаваемост и бранд на държавата. България страда от дефицит на позитивен икономически образ (имидж). Страната често остава в периферията на вниманието на международните инвеститори, а слабата видимост на националния бранд затруднява позиционирането ѝ като привлекателна дестинация за инвестиции, туризъм и иновации. Това предизвиква необходимост от целенасочена стратегия за икономическа публична дипломация и маркетинг.

Уязвимост към глобални и регионални кризи. Като малка и отворена икономика, България е особено чувствителна към външни шокове – икономически рецесии, енергийни и логистични кризи, геополитическа нестабилност. Зависимостта от ограничен брой външнотърговски партньори и енергийни доставчици увеличава риска за националната сигурност и ограничава маневреността на икономическата дипломация.

Структурни слабости в националната икономика. Ниска степен на иновационен капацитет, сравнително ниска производителност и ограничени инвестиции в научноизследователска и развойна дейност намаляват конкурентоспособността на българските компании на международните пазари. Това възпрепятства активната дипломация за промотиране на износ и стратегически партньорства в сектори с висока добавена стойност.

Геополитически предизвикателства и зависимост от външни фактори. Разположението на България в регион, където се пресичат интересите на големите световни сили (ЕС, Русия, САЩ, Китай), поражда сложна дипломатическа динамика. Икономическата дипломация е поставена в трудна позиция да балансира между европейските политики, атрактивността на китайски инвестиционни инициативи, необходимостта от енергийна сигурност и регионалните интереси. Това поражда риск от стратегически противоречия.

Изоставане в дигиталната и зелена трансформация. Въпреки усилията на правителството, България все още изостава по отношение на дигитализацията на икономиката и прилагането на зелени технологии. Това ограничава възможностите ѝ да се позиционира като конкурентен партньор в рамките на новите глобални икономически тенденции, приоритетни и за ЕС.

Посочените предизвикателства очертават нуждата от цялостна стратегическа реформа на икономическата дипломация. Решаващо значение имат:

- Повишаване на експертния и институционалния капацитет;
- Изграждане на позитивен и устойчив международен икономически имидж;
- Диверсификация на външнотърговските и енергийни връзки;
- Стимулиране на иновациите и конкурентоспособността на националната икономика.

В този контекст икономическата дипломация на България трябва да се разглежда като интегративен инструмент за национално развитие, чиято ефективност зависи както от външнополитическите решения, така и от вътрешните структурни реформи.

Може да се обобщи, че икономическата дипломация в България се намира в преход между наследени механизми и нова динамична среда, изискваща иновативен, гъвкав и координиран подход. Включването на страната в европейски и глобални икономически процеси предоставя реални възможности, но поставя и високи изисквания към дипломатическите и икономическите структури. Независимо от несъвършенствата, икономическата дипломация вече играе ключова роля в реализирането на външноикономическата политика на България и все повече се разглежда като стратегически инструмент за растеж, стабилност и международна интеграция.

2. Икономическа дипломация и международен бизнес

Икономическата дипломация и международният бизнес са взаимно допълващи се полета на действие, чието взаимодействие е особено значимо в условията на глобална икономическа интеграция. Докато международният бизнес търси достъп до пазари, суровини, труд и капитал, то икономическата дипломация служи като мост между икономическите интереси и международните политики, като осигурява институционална подкрепа, легитимност, сигурност и политическа стабилност.

Анализираме ключовите области, в които икономическата дипломация влияе пряко върху международния бизнес: договарянето на търговски споразумения, процесът на сключване на договори, ролята на културната интелигентност и стратегиите за излизане на чужди пазари. Правим разграничение между оперативното и стратегическото ниво на взаимодействие между публичната и корпоративната сфера, както и очертаваме рисковете и възможностите, които се генерират при такъв тип сътрудничество.

Икономическата дипломация като посредник в търговските преговори

Търговските преговори представляват процес на формализиране на икономическите взаимоотношения между две или повече страни, независимо дали става дума за държави, транснационални корпорации или регионални икономически блокове. В основата на този процес стоят договорните принципи на равнопоставеност, взаимна изгода и прозрачност. Икономическата дипломация играе ключова роля в подготвянето, воденето и затвърждаването на тези преговори.

Публичните институции, особено външните министерства и специализираните икономически агенции, често играят ролята на посредници между бизнеса и външната среда, особено в ситуации на правна или регулаторна несигурност. Дипломатическата намеса има за цел не само да улесни преговорния процес, но и да създаде стабилна рамка за дългосрочно сътрудничество.

Международната практика показва, че в случаи на чувствителни сектори (например, енергетика, отбрана, фармацевтика), търговските преговори са тясно свързани с държавната политика, като дори частните компании търсят съдействие от правителствени институции за постигане на стратегически цели (Цанов, 2015).

Икономическата дипломация се утвърждава като ключов инструмент за проектиране и защита на националните интереси в условията на глобализирани пазари и сложни международни икономически отношения. Нейната роля като посредник в търговските преговори е особено значима, тъй като съчетава политически, правни и икономически аспекти в процеса на договаряне, регулиране и прилагане на международни търговски ангажименти (Woolcock, 2012).

Същност и функции на икономическата дипломация в търговските преговори. Икономическата дипломация изпълнява посредническа функция между държавата, националния бизнес и международните партньори (Соколов, 2024с). Основните ѝ задачи включват:

- Защита на националните икономически интереси при формулирането на търговски споразумения;
- Улесняване на достъпа на националните производители и износители до нови пазари;
- Преговаряне на условия за премахване или намаляване на тарифни и нетарифни бариери;
- Осигуряване на справедливи конкурентни условия чрез международни институции и двустранни договорености.

В този контекст дипломатическите мисии и търговските аташета се явяват посредници, които представляват и защитават националните икономически интереси пред чуждестранни правителства, търговски камари и международни организации като Световната търговска организация (СТО).

Икономическата дипломация като балансър на интереси. Посредническата роля на икономическата дипломация се проявява най-ясно в ситуации на конфликт или разминаване на интереси. В търговските преговори тя трябва да балансира:

- Националният интерес (защита на стратегически сектори, привличане на инвестиции, стимулиране на износа);
- Наднационалният интерес (принадлежност към ЕС и ангажименти по общата търговска политика);
- Глобалните изисквания (съобразяване с правилата на СТО, международни регулации и устойчиво развитие).

Това посредничество често предполага търсене на компромис между краткосрочни ползи и дългосрочни стратегически приоритети.

Предизвикателства пред посредническата роля. Икономическата дипломация е изправена пред редица предизвикателства при посредничеството в търговските преговори:

- Асиметрия на икономическа мощ – малки икономики като България се сблъскват с ограничена преговорна тежест спрямо големи търговски партньори;
- Комплексност на търговските споразумения – съвременните договори включват не само тарифни въпроси, но и регулации за инвестиции, интелектуална собственост, дигитална търговия и устойчиво развитие, което изисква висок експертен капацитет;
- Геополитически влияния – търговските преговори често се преплитат с политически съображения, което усложнява чисто икономическата логика на договарянето;
- Вътрешни структурни ограничения – националната икономика трябва да притежава достатъчна конкурентоспособност, за да се възползва от договорените условия.

Анализ на посредническата роля. Посредничеството на икономическата дипломация може да се разглежда като двупосочен процес: от една страна, тя предава и защитава позициите на националния бизнес и държавата в международните форуми; от друга страна, тя адаптира глобалните и регионалните икономически правила към националния контекст, като ги „превежда“ за вътрешните заинтересовани страни. Успехът на това посредничество зависи от експертния потенциал на дипломатическите екипи, стратегическата яснота на националните приоритети и координацията между институциите и бизнеса.

Икономическата дипломация като посредник в търговските преговори има критично значение за утвърждаването на България в международното икономическо пространство. Тя не е само инструмент за постигане на краткосрочни търговски облаги, а и механизъм за стратегическо позициониране на държавата в глобалните вериги на стойността. За да бъде ефективна, България трябва да укрепи експертния капацитет на своите дипломатически мисии, да изгради по-ясен и разпознаваем национален икономически профил и да засили връзката между държавната политика и интересите на бизнеса.

Сключване на търговски договори и ролята на дипломацията в правната среда

Процесът на сключване на международен търговски договор е не просто търговска транзакция, а институционализиран механизъм на междунационално взаимодействие, в който участват представители на бизнеса, дипломати, юристи и често международни арбитражни органи.

Договорите между страни от различни правни, културни и икономически среди предполагат високо ниво на координация. Икономическата дипломация може да участва в следните аспекти:

- Осигуряване на предварителна политическа и правна рамка чрез международни споразумения;
- Медиация при възникване на неразбирателства по време на преговорите;
- Съдействие при установяване на арбитражна процедура или международен правен ред;
- Подкрепа при ратификация и прилагане на договорите чрез външнополитически канали.

Пример за активна роля на дипломатията е включването на български дипломатически мисии при защитата на интересите на български компании в чужбина, когато възникват спорове около митнически процедури, дискриминационни регулации или неспазване на търговски договори от чуждестранни партньори.

Сключването на търговски договори е един от най-важните аспекти на международните икономически отношения, в който дипломатията изпълнява централна роля като посредник, преговарящ и гарант на правната легитимност на споразуменията. Процесът съчетава икономически интереси и правна регулация, като създава предвидима рамка за взаимодействие между държави, международни организации и бизнес субекти. Особено важни в случая са вземаните решения (Цанов, 2018).

Правна основа на международните търговски договори. Международните търговски договори се сключват в рамките на международното публично право и международното търговско право. Те се основават на принципите на:

- Суверенно равенство на държавите – всички страни имат формално равни права при договарянето;
- пакта сунт серванда⁵ – договорите трябва да се спазват добросъвестно;
- Недискриминация и взаимност – особено валидни в рамките на Световната търговска организация (СТО) и регионалните търговски блокове;

⁵ Pacta sunt servanda (пакта сунт серванда) е латинска фраза, означаваща договорите трябва да се спазват.

- Съгласуваност с вътрешното право – ратификацията и изпълнението на международните договори изискват съобразяване с националните конституционни и законови процедури.

Търговските договори могат да бъдат двустранни (например договори за насърчаване и защита на инвестициите), регионални (споразумения в рамките на ЕС или инициативи като „Централноевропейското споразумение за свободна търговия“) или многостранни (регламентирани чрез СТО).

Ролята на дипломатията в процеса на договаряне. Дипломатията функционира като посредник между политическата власт и правната рамка на международните отношения. Основните ѝ функции при сключването на търговски договори включват:

- Идентифициране и формулиране на националния интерес – дипломатията превежда икономическите приоритети на държавата в правни клаузи на международни договори;
- Преговори и посредничество – дипломатическите мисии и експерти участват в двустранни и многостранни форуми, където защитават позицията на конкретна страна;
- Правна адаптация – дипломатията осигурява съгласуваност между международните задължения и националното законодателство;
- Гарантиране на изпълнението – чрез дипломатически канали се уреждат възникнали търговски спорове, а когато е необходимо, се използват международни арбитражни механизми.

Дипломатия и правна сигурност. Една от най-важните роли на дипломатията в сключването на търговски договори е създаването на правна предвидимост и сигурност. Инвеститорите и международните компании изискват стабилна и прозрачна регулаторна среда, която да гарантира защита на собствеността, уреждане на спорове и равнопоставеност на страните. Тук

икономическата дипломация служи като инструмент за изграждане на доверие между държави и бизнес.

Предизвикателства пред дипломатическото посредничество. Ролята на дипломацията в правната среда е обременена с редица предизвикателства:

- Сложност на правната рамка – съвременните търговски договори обхващат не само тарифи, но и регулации за интелектуална собственост, екологични стандарти, трудови права и дигитална търговия;
- Многостепенно регулиране – необходимостта от съгласуване между международното право, правото на ЕС и националното право често затруднява бързината на договаряне и ратификация;
- Политизация на търговските отношения – търговските договори все по-често се използват като инструмент за упражняване на геополитическо влияние, което може да ограничи правната неутралност;
- Спорове и арбитраж – въпреки наличието на правни механизми, дипломатическото посредничество остава решаващо при предотвратяване на ескалация и намиране на компромисни решения.

Ролята на дипломацията в сключването на търговски договори може да бъде анализирана като синтез на политическа воля, правна рамка и икономическа прагматика. Дипломацията не само договаря условията, но и превръща абстрактните принципи на международното право в практически приложими механизми за търговия и инвестиции. За държави като България, членуващи в по-големи интеграционни съюзи (ЕС), дипломатическата активност е насочена към участие в колективни преговори, но също и към защита на специфични национални интереси в рамките на правните

механизми на Съюза. В тази връзка силно нараства ролята на изкуствения интелект (Цанов, 2024).

Сключването на търговски договори е процес, който изисква едновременно правна експертиза и дипломатическо майсторство. Дипломатията действа като посредник, който гарантира правната валидност и политическата легитимност на договорите, осигурява доверие между страните и създава предвидима среда за международен бизнес. В условията на глобална икономическа взаимозависимост, именно дипломатическата способност да преведе националните интереси в правно устойчиви споразумения определя успешното интегриране на държавата в международната търговска система.

Културната интелигентност като стратегически ресурс

Разнообразието от култури, в които оперира международният бизнес, предполага способност за адаптация, межкултурна комуникация и разбиране на местните социални и бизнес практики. Тук се появява понятието *културна интелигентност* (Cultural Intelligence – CQ) — способността да разбираш, тълкуваш и действаш адекватно в различна културна среда.

Икономическата дипломатия работи активно върху изграждането на този капацитет чрез:

- Обучения за културни различия сред търговски представители и бизнес делегации;
- Посредничество при сблъсък на културни модели по време на преговори;
- Превод на културни кодове в дипломатическа и бизнес кореспонденция.

Бизнес делегация от Европа, например, работеща с партньори в Китай, може да срещне затруднения поради разлики в очакванията относно срокове,

конфиденциалност и протокол. Икономическият дипломат с високо SQ може да предложи правилен канал за комуникация, който минимизира конфликта и повишава ефективността.

Културната интелигентност е особено важна в съвременната икономическа дипломация, защото увеличава гъвкавостта, устойчивостта и способността за разрешаване на конфликти в интернационален контекст.

Стратегии за излизане на чужди пазари и дипломатическа подкрепа

Излизането на нови пазари изисква не само икономическа подготовка, но и дипломатическа инфраструктура, която да обезпечи легитимността и сигурността на транснационалните операции. Икономическата дипломация осигурява тази подкрепа на няколко нива:

- На информационно ниво, чрез пазарни анализи, разузнаване на икономическата и регулаторната среда;
- На регулаторно ниво, чрез договаряне на условия за достъп до пазара, включително намаляване на различни бариери;
- На политическо ниво, чрез създаване на благоприятен имидж на страната и представяне на нейните фирми като надеждни партньори.

Най-често използваните стратегии за навлизане на външни пазари, които разчитат на дипломатическа подкрепа, включват:

- Участие в международни панаири и форуми;
- Съвместни икономически комисии;
- Договори за междуправителствено сътрудничество;
- Използване на държавни гаранции и експортно финансиране.

Успешната реализация на тези стратегии предполага синхрон между частния сектор и дипломатическите структури, при което бизнесът определя приоритетите, а дипломатията отваря пътя към реализирането им.

Ролята на икономическата дипломатия в международния бизнес далеч надхвърля формалното посредничество. Тя се явява стратегически партньор и координатор, който интегрира публичния и частния интерес в обща международна рамка. Уменията за водене на преговори, културна чувствителност и стратегическо позициониране, които произтичат от икономическата дипломатия, са от съществено значение за всяка компания или държава, стремяща се към устойчиво присъствие в глобалната икономика.

Стратегии за излизане на чужди пазари и дипломатическа подкрепа. Излизането на чужди пазари е ключов елемент от международната икономическа активност на държавите и националните компании. Успехът в този процес зависи не само от конкурентоспособността на продукта или услугата, но и от наличието на стратегическа визия, институционална подкрепа и ефективна икономическа дипломатия.

Основни стратегии за излизане на чужди пазари. В международната икономическа теория и практика се разграничават няколко основни стратегии:

- Износ (Exporting). Най-често срещаната форма на навлизане, която включва директен износ от производителя или индиректен чрез посредници. Предимствата са нисък риск и по-малки инвестиции, но ограничен контрол върху дистрибуцията и маркетинга;
- Лицензиране и франчайзинг (Licensing & Franchising). Позволяват навлизане на чужди пазари чрез прехвърляне на права за

производство или търговска марка. Намаляват разходите и риска, но изискват силна правна защита на интелектуалната собственост.

- Съвместни предприятия и стратегически алианси (Joint Ventures & Strategic Alliances). Тази стратегия предоставя достъп до местни ресурси, пазари и мрежи чрез партньорство с местни компании. Рисковете са свързани с управленски конфликти и културни различия.
- Преки чуждестранни инвестиции (FDI). Една от най-интензивните стратегии, включваща откриване на дъщерни компании, филиали или производствени мощности в чужбина. Осигурява контрол върху производството и дистрибуцията, но изисква значителни капиталови вложения и е подложена на политически и регулаторни рискове.
- Дигитална експанзия. С развитието на електронната търговия компаниите все по-често излизат на чужди пазари чрез онлайн платформи и дигитален маркетинг. Това намалява бариерите за навлизане, но изисква адаптиране към местните регулации за данъци, защита на данните и онлайн потребителски права.

Дипломатическа подкрепа при излизане на чужди пазари.

Икономическата дипломация има съществена роля в процеса на интернационализация чрез:

- Институционално посредничество. Посолствата, търговските аташета и консулствата подпомагат националния бизнес чрез информация за пазара, идентифициране на потенциални партньори и съдействие при участие в международни изложения и форуми;
- Подкрепа при правна и регулаторна адаптация. Дипломатическите мисии съдействат на националните компании при

разясняване на местни законови изисквания, стандарти и административни процедури;

- Лобирание и защита на интересите. Дипломатията представлява националния бизнес пред местните власти и международни организации, като отстоява интересите му в случай на търговски спорове, нетарифни бариери или дискриминационни практики;
- Стимулиране на образа (имиджа) на държавата. Създаването на позитивен национален бранд чрез културна и публична дипломатия укрепва доверието в българските продукти и услуги и улеснява тяхното позициониране на чужди пазари.

Предизвикателства и ограничения. Въпреки наличието на различни стратегии и дипломатическа подкрепа, процесът на интернационализация е свързан с редица предизвикателства:

- Недостатъчна координация между бизнеса и институциите;
- Ограничен капацитет на дипломатическите мисии за системна пазарна подкрепа;
- Силна конкуренция от по-развити държави с агресивни експортни политики;
- Вътрешни икономически слабости (ниска добавена стойност на износа, ограничени инвестиции в иновации).

Ефективността на стратегиите за излизане на чужди пазари зависи от тяхната връзка с държавната икономическа дипломатия. Докато компаниите избират между различни форми на интернационализация според капацитета си, дипломатическата подкрепа има задачата да минимизира външните рискове и да създава благоприятна среда чрез международни договори, споразумения за защита на инвестициите и участие в многостранни търговски режими.

Стратегиите за излизане на чужди пазари са многопластови и варират от нискорискови (износ) до капиталово интензивни (преки инвестиции). Тяхната устойчивост и ефективност са тясно обвързани с дипломатическата подкрепа, която осигурява правна сигурност, достъп до институционални ресурси и защита на интересите. Именно синергията между корпоративните стратегии и икономическата дипломация се явява ключов фактор за успешно интегриране на държавата и националния бизнес в глобалната икономика.

3. Дигитална икономика и иновации в икономическата дипломация

През последното десетилетие дигиталната трансформация на глобалната икономика създаде нови измерения на икономическата дипломация. От традиционни механизми, базирани на физическо присъствие, протокол и междудържавни преговори, дипломатическата практика премина към дигитални формати, алгоритмично управление на информация и платформи за дистанционно влияние и сътрудничество.

Дигитализацията не само променя начина, по който се водят икономически преговори, но и влияе върху самата същност на икономическата власт, структурите на международната търговия и механизмите за изграждане на доверие. Е-документацията, електронната идентификация, блокчейн протоколите и изкуственият интелект вече играят съществена роля в глобалната търговия, инвестиции и международни икономически отношения.

Изследваме новите форми на дипломатическо действие в дигитална среда, като се акцентира върху е-дипломацията, блокчейн технологиите, ролята на данните и предизвикателствата пред киберсигурността в контекста на икономическата дипломация. Използваме критичен поглед върху възможностите и ограниченията на тези иновации и техните последици за

икономическата автономия, прозрачността и управлението на интереси в международен план.

Дигиталната дипломация: дефиниция, обхват и развитие

Дигиталната дипломация (или е-дипломация) представлява използването на цифрови технологии и комуникационни платформи за постигане на външнополитически и икономически цели. В сферата на икономическата дипломация, дигиталните инструменти изпълняват функции по:

- Разпространение на икономическа информация;
- Онлайн водене на преговори;
- Изграждане на виртуални търговски мрежи;
- Защита на интересите чрез кибер кампании;
- Мониторинг на глобални икономически тенденции чрез анализ на големи данни (Big Data).

Терминът „дигитална дипломация“ включва в себе си както институционалното използване на технологии (уеб сайтове на посолства, дигитални визити, електронни бизнес форуми), така и нов тип дипломатическо поведение, базирано на бърза реакция, прозрачност и децентрализирана комуникация.

Министерствата на външните работи на Естония и Финландия, например, поддържат изцяло електронни системи за дипломатическа комуникация, чрез които се организират и международни икономически мисии, без необходимост от физическо пътуване или координация чрез централна администрация.

Блокчейн и трансформацията на икономическите отношения

Блокчейн технологиите променят радикално начина, по който се изгражда доверие в международната търговия, особено в среда на ниска институционална сигурност.

Тъй като блокчейн представлява децентрализиран цифров регистър с висока степен на сигурност и непроменимост, той може да бъде използван в:

- Удостоверяване на произход и автентичност на продукти;
- Подписване и изпълнение на „умни договори“ (smart contracts);
- Проследяване на логистични вериги в реално време;
- Опростяване на митнически процедури;
- Гарантиране на финансови трансакции.

В икономическата дипломация, блокчейнът се използва за създаване на прозрачни и проследими канали на търговско сътрудничество, особено между страни с различни правни системи или ограничен институционален капацитет.

Сингапурската система TradeTrust, например, разработена съвместно от правителството и частния сектор, използва блокчейн за цифрова обработка на международни товарителници, което улеснява международната търговия без необходимост от физическа документация.

В последното десетилетие блокчейн технологиите се утвърждават като фундаментален фактор за трансформация на глобалната икономическа система. Те създават предпоставки за нови модели на доверие, прозрачност и децентрализация в икономическите отношения. В този контекст икономическата дипломация се изправя пред нови предизвикателства и възможности, свързани със създаването на регулаторна рамка, международно координиране и използване на блокчейн като инструмент за иновации в търговията и финансовите потоци.

Блокчейн като трансформираща технология. Блокчейнът представлява децентрализирана система за съхранение и верификация на данни, която елиминира нуждата от централен посредник. Неговите основни характеристики – непроменимост на данните, прозрачност, сигурност и децентрализация – го превръщат в основа за нови форми на икономическа активност. В сферата на международните икономически отношения технологията намира приложение в:

- Финансови транзакции и криптовалути – създаване на алтернативни платежни системи извън традиционните банки и междудържавни клирингови механизми;
- Умни договори (smart contracts) – автоматизирано изпълнение на търговски и инвестиционни споразумения;
- Управление на вериги за доставки – проследимост и прозрачност на произхода на стоките, което е особено значимо за глобалната търговия;
- Дигитална идентичност и сигурност – нови механизми за защита на данните и намаляване на риска от измами.

Влияние върху международните икономически отношения. Блокчейн трансформира начина, по който държавите, компаниите и международните организации взаимодействат:

Намаляване на ролята на традиционните финансови посредници и институции;

Повишена прозрачност – улесняване на мониторинга върху международни транзакции и борба с корупцията, пране на пари и укриване на данъци;

Нови форми на икономическа взаимозависимост – възникване на транснационални мрежи, които не се подчиняват на класическите държавни граници;

Финансова включеност – предоставяне на достъп до глобалната икономика за региони и субекти, които традиционно са били изключени от нея.

Ролята на икономическата дипломация. Икономическата дипломация в условията на блокчейн трансформация придобива нови измерения:

- Регулаторна хармонизация. Държавите трябва да координират своите политики по отношение на криптовалути, данъчно облагане, защита на данни и умни договори. Дипломацията се явява ключов посредник при съгласуването на стандарти и международни правила;
- Институционално посредничество. Дипломатическите мисии подпомагат диалога между национални компании, стартиращи блокчейн проекти и международни партньори;
- Сигурност и доверие. Въпросите за киберсигурност, защита на критична инфраструктура и превенция на нелегални транзакции изискват активно международно сътрудничество;
- Икономическо позициониране. Страните, които рано възприемат блокчейн технологии, могат да се утвърдят като иновационни центрове и да привлекат инвестиции и таланти, което е предмет на целенасочена икономическа дипломация.

Предизвикателства пред дипломатическата рамка. Въвеждането на блокчейн в международните отношения поражда редица трудности:

- Липса на универсални регулации и стандарти;

- Правни дилеми при прилагането на умни договори и криптовалути;
- Риск от използване на блокчейн за нелегални дейности;
- Асиметрия между развити и развиващи се държави в достъпа до технологии и капацитет за тяхното регулиране.

Перспективи. Блокчейн може да се разглежда едновременно като технологичен катализатор на глобализацията и като предизвикателство за традиционната дипломация. Той поставя въпроса за ново равнище на международна координация, при което дипломатическите канали не само защитават националните интереси, но и допринасят за създаването на глобални стандарти. За страни като България, интегрирани в ЕС, дипломатическата активност е насочена към участие в европейски и международни инициативи за регулация на блокчейн, както и към насърчаване на национални компании в технологичния сектор да се интегрират в глобалните вериги на иновации.

Блокчейн трансформира икономическите отношения, като въвежда нови модели на доверие, прозрачност и децентрализация. В този процес икономическата дипломация се явява ключов посредник – тя трябва да създаде правна и регулаторна рамка, да координира международното сътрудничество и да насърчи стратегическото позициониране на държавите. В научен план блокчейн може да се разглежда не само като технологична иновация, а и като нова парадигма в икономическата дипломация, която променя основите на глобалното икономическо взаимодействие.

Геоикономика, данни и стратегическа дигитална автономия

Понятието геоикономика описва използването на икономически средства за постигане на геополитически цели. В дигиталната ера, геоикономиката придобива нови измерения, като вече не само суровини и

територии, а данни, технологии и инфраструктура се превръщат в обекти на стратегическо съперничество.

Ключовите теми включват:

- Кой контролира глобалната дигитална инфраструктура?
- Какво е влиянието на платформите на САЩ и Китай върху икономическия суверенитет на малките държави (включително България)?
- Как се използват данни като ресурс в икономическата дипломация?

Дигиталната икономика изисква от държавите да изградят собствен капацитет за дигитална автономия, включващ:

- Национални облачни платформи;
- Центрове за данни;
- Дигитална идентичност;
- Локална блокчейн инфраструктура.

В рамките на ЕС, концепцията за „дигитален суверенитет“ все повече се свързва с икономическата дипломация, като тя се превръща в канал за защита на европейския модел за защита на личните данни (GDPR), етична регулация на изкуствения интелект и технологична независимост.

Киберсигурност и дигитални рискове в икономическата дипломация

Разширяването на дигиталните канали носи не само нови възможности, но и сериозни рискове, които икономическата дипломация трябва да предвижда, управлява и минимизира. Киберсигурността е вече неотделима част от икономическата сигурност.

Типични заплахи включват:

- Компрометиране на комуникационни платформи;

- Изтичане на чувствителна търговска информация;
- Дезинформационни кампании с икономически ефект;
- Блокиране на дигитални канали по време на международни кризи;
- Уязвимост при използване на недобре защитени системи в дипломатическите мисии.

Икономическата дипломация е призвана да създава диалог между правителства, технологични компании и международни институции, насочен към изграждане на глобална архитектура за киберустойчивост. Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) и Европейската комисия, например, съвместно разработват механизми за международен обмен на информация относно киберинциденти с икономически характер, включително при търговски и финансови атаки.

Дигитализацията трансформира не само съдържанието, но и принципите, инструментите и актьорите на икономическата дипломация. В този нов контекст, този вид дипломация трябва да се учи да оперира едновременно в реална и виртуална среда, да разбира логиката на платформите, да защитава интереси чрез код и протокол, а не само чрез документи и преговори.

Уменията за дигитално посредничество, технологично осмисляне на икономическите процеси и иновативен подход към регулациите ще бъдат решаващи за бъдещето на дипломацията. За специалистите, това означава подготовка за работа в среда, в която икономическият диалог се води през платформи, в условия на ускорена информация, и под контрола на алгоритми, които също трябва да се разбират и регулират.

В условията на дигитална трансформация киберсигурността се превръща в ключово измерение на международните икономически отношения. Икономическата дипломация, която традиционно е свързана с

улесняване на търговията, инвестициите и икономическото сътрудничество, днес трябва да отчита и новите рискове, произтичащи от дигиталната среда (Соколов и Цанов, 2023). Тези рискове засягат не само сигурността на комуникациите и финансовите трансакции, но и устойчивостта на глобалните вериги на доставки, конкурентоспособността на националните икономики и доверието между държави и корпорации.

Същност на киберсигурността в контекста на икономическата дипломация. Киберсигурността включва системи, политики и международни договорености, които гарантират защита на данни, информационни мрежи и дигитална инфраструктура от злонамерени действия (Цанов, 2023). В рамките на икономическата дипломация тя придобива специфично значение:

- Защита на икономическите интереси – предотвратяване на кибератаки срещу финансови институции, търговски платформи и логистични системи;
- Гарантиране на доверие – изграждане на предвидима дигитална среда за международните компании и инвеститори;
- Политическо измерение – създаване на международни режими за киберсигурност и сътрудничество в рамките на организации като ЕС, НАТО, ООН.

Ролята на икономическата дипломация в управлението на киберрискове. Икономическата дипломация се явява посредник в усилията за създаване на международни стандарти и политики за киберсигурност. Нейната роля се изразява в:

- Международна координация – преговори и участие в многостранни форуми за разработване на глобални или регионални правила (например, стратегиите на ЕС за киберсигурност);

- Двустранно и регионално сътрудничество – сключване на споразумения за обмен на информация и взаимна защита срещу кибератаки;
- Подкрепа за бизнеса – дипломатическите мисии предоставят информация и съдействие на националните компании при защита от дигитални заплахи и при възникнали трансгранични инциденти;
- Интегриране на киберсигурността в търговските договори – включване на клаузи за дигитална защита, интелектуална собственост и защита на данни в международни споразумения.

Налице са следните *предизвикателства* *пред дипломатическата рамка*:

- Липса на глобален консенсус относно правилата за киберпространството – различията между ЕС, САЩ, Китай и Русия затрудняват постигането на универсални норми;
- Бързо развиващи се технологии – регулациите изостават спрямо динамиката на новите киберзаплахи;
- Ограничен капацитет на малки държави – страни като България често имат нужда от съюзническа и институционална подкрепа за ефективна защита;
- Преплитане на икономически и политически интереси – киберсигурността е едновременно икономически приоритет и инструмент за геополитическо влияние.

Перспективи. Киберсигурността може да се разглежда като ново поле на икономическа дипломация, в което защитата на дигиталните активи е равнозначна на защита на националния интерес. За държави като България ключов приоритет е активното участие в европейските инициативи за

киберустойчивост, интеграция в мрежи за обмен на информация и развитие на експертен капацитет. Перспективно, дипломатическата подкрепа в тази сфера ще включва не само договаряне на международни правила, но и изграждане на доверие между държави и корпорации в условия на нарастващи дигитални зависимости.

Киберсигурността и дигиталните рискове променят фундаментално икономическата дипломация, като я принуждават да интегрира ново измерение – защитата на дигиталната инфраструктура и данни. В бъдеще именно способността на държавите да изграждат международни партньорства за киберустойчивост ще определя тяхната роля в глобалната икономическа система.

Заключение

Икономическата дипломация днес се очертава като стратегически инструмент за постигане на национални икономически цели и за утвърждаване на България в глобалната система на икономическите и политическите взаимоотношения. Анализът в три основни измерения – институционални практики и стратегическа реализация, връзката с международния бизнес и ролята на дигиталната икономика и иновациите – показва, че българската икономическа дипломация преминава през процес на приспособяване към новите реалности на международната среда. Въз основа на нашия анализ можем да направим три главни извода.

Първо, институционалният и стратегическият аспект подчертава необходимостта от по-голяма координация между държавните органи, дипломатическите мисии и икономическите актьори. Ефективното интегриране на икономическите интереси във външната политика е ключов

фактор за отстояване на националния интерес и за изграждане на дългосрочна конкурентоспособност.

Второ, връзката между икономическата дипломация и международния бизнес разкрива потенциала за развитие на нови пазари, привличане на инвестиции и стимулиране на износа. В съвременните условия дипломатическите усилия не се ограничават до традиционните търговски договори, а включват активно съдействие за интегриране на българските предприятия във веригите на глобалната добавена стойност и за изграждане на устойчиви партньорства с чуждестранни компании.

Трето, дигиталната икономика и иновациите променят същността на икономическата дипломация, като я насочват към нови полета на сътрудничество – електронна търговия, киберсигурност, дигитални стандарти и иновационни екосистеми. Този аспект откроява необходимостта България да развива експертиза и да участва активно в международните инициативи за дигитална трансформация, за да гарантира своята икономическа сигурност и конкурентоспособност.

В обобщение, икономическата дипломация на България трябва да се разглежда като многопластова и динамична система, в която институционалните усилия, бизнес взаимодействията и дигиталните иновации се допълват взаимно. Успехът ѝ зависи от способността на държавата да съчетава традиционните инструменти на външната политика с новите възможности на дигиталната ера, като по този начин осигури ефективна защита на националните интереси и устойчиво икономическо развитие.

Литература

1. Соколов, Иван. (2024а). *Икономическа и финансова дипломация*. Електронна книга. Пловдив: Интел дизайн.
2. Соколов, Иван. (2024b). *Основи на икономическата и финансовата дипломация*. Електронна книга. Пловдив: Интел дизайн.
3. Соколов, Иван. (2024с). *Икономически форуми и събития*. Електронна книга. Пловдив: Интел дизайн.
4. Соколов, Иван, Цанов, Иван. (2023). *Economic diplomacy in the era on artificial intelligence and the new security environment*. – В: сп. „Информатика и иновативни технологии“, бр. 4/2023, стр. 21-32. Пловдив: Институт по информатика и иновативни технологии.
5. Цанов, Иван. (2024). *Изкуствен интелект и предприемачество*. Научна монография. Е-книга (CD). София: БАК.
6. Цанов, Иван. (2023). *Управление на риска в корпоративната сигурност*. Учебно помагало. Е-книга (CD). София: БАК.
7. Цанов, Иван. (2018). *Управленско решение: теория и практика*. София: Сдружение Бълг. асоц. на конфликтолозите.
8. Цанов, Иван. (2015). *Международни бизнес преговори*. Учебно помагало. София: БАК.
9. Woolcock, S. (2012). *European Union Economic Diplomacy: The Role of the EU in External Economic Relations*. London: Routledge.

За автора

Проф. д-р Иван Младенов Соколов
ВСУ „Черноризец Храбър“

IFANOVA КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ ПРИ НЕСИГУРНОСТ В ИКОНОМИКАТА И МЕНИДЖМЪНТА

Величка Транева, Стоян Транев

Резюме: Икономиката и управлението в XXI век функционират в условия на динамика, глобална свързаност и чести кризи, които създават несигурност и правят класическите статистически методи частично неприложими. Управленските решения все по-често се вземат въз основа на данни, които не са ясни, точни или пълни. В такива условия класическият дисперсионен анализ (ANOVA) не е достатъчен. Интуиционисткият размит дисперсионен анализ (IFANOVA) се явява съвременно разширение, което използва степен на принадлежност, непринадлежност и колебание, за да улови реалните икономически зависимости. Настоящата статия разглежда развитието на IFANOVA и неговите разширения и показва приложения в областта на икономиката и мениджмънта.

Ключови думи: IFANOVA, мениджмънт, неопределеност, решения

Теоретична рамка и развитие на IFANOVA

ANOVA е създаден от Fisher като инструмент за откриване на различия между групови средни стойности. Неговата сила е в доказването на статистически значимо влияние на фактори върху наблюдавани процеси. Ограничението е, че работи с ясни и точни данни. В реалната практика, особено в икономиката, данните често са непълни или противоречиви. Затова Атанасов [Atanassov, 1986] предлага концепцията за интуиционистки размити множества (IFS), които въвеждат степен на колебание наред с принадлежност и непринадлежност. На тази база се разработи IFANOVA – адаптация на дисперсионния анализ, която включва индексни матрици за съхранение и обработка на данни.

През последното десетилетие IFANOVA бе разширен чрез два нови подхода [Traneva, 2021; Traneva & Tranev, 2023; Traneva, Tranev & Todorov,

2024] – Circular IFANOVA (C-IFANOVA), който моделира несигурността с кръгови интуиционистки размити множества, и Elliptic IFANOVA (E-IFANOVA), който използва елипсовидни интуиционистки размити множества. Тези версии [Atanassov, 2021] предоставят по-голяма гъвкавост при анализа на неопределени данни и дават възможност за оценка на факторите чрез три различни сценария – оптимистичен, песимистичен и усреднен.“

Приложения в икономиката

Финансов мениджмънт

Във финансовия мениджмънт точността на анализа е ключова за стратегическите решения, но данните рядко са напълно ясни. Приходите на глобални компании, като Samsung, са подложени на множество фактори – колебания в потребителското търсене, различия в регионалната покупателна способност, валутни курсове, инфлация, политически рискове и дори културни особености на пазара. Класическият ANOVA може да покаже статистически значими различия между регионите, но не отчита несигурността, породена от неясни или непълни данни.

Използването на Elliptic IFANOVA (E-IFANOVA) в анализа на приходите на Samsung за периода 2020–2023 [Traneva, Tranev & Todorov, 2024] разкрива по-сложната картина на регионалните различия. Чрез елипсовидните интуиционистки размити множества се моделират както степента на принадлежност (сигурността, че даден пазар е водещ), така и степента на непринадлежност (индикатор за слабост), а също и колебанието (несигурност в прогнозата). Например, при анализа на приходите в Азия може да се окаже, че съществува висока степен на принадлежност към групата на „силно растящите пазари“, но в същото време има и значителна степен на колебание, свързана с регулаторни промени и икономическа нестабилност в някои държави.

Тази по-богата перспектива позволява на мениджърите да формулират три сценария за действие:

Оптимистичен сценарий – при който положителните тенденции се запазват и инвестициите се разширяват.

Песимистичен сценарий – при който рисковете се материализират и е необходима стратегия за минимизиране на загубите.

Усреднен сценарий – който балансира между двете крайности и предлага умерено разширяване или реструктуриране.

В резултат на това Samsung може да приоритизира инвестиции в региони с висока принадлежност и ниско колебание (например Южна Корея и САЩ), докато в региони с висока степен на колебание (например Близкия изток) да се заложи на по-гъвкави стратегии като партньорства или диверсификация. По този начин E-IFANOVA се превръща в инструмент за дългосрочно финансово планиране, който надхвърля границите на традиционния статистически анализ.

Маркетинг

Маркетингът е област, в която сезонността играе решаваща роля. Продажбите на Apple в периода 2019–2022 [Traneva & Tranev, 2023] ясно показват, че потребителското поведение варира според сезоните – празници, ваканции, учебни периоди и промоционални кампании. В този контекст е използван Circular IFANOVA (C-IFANOVA) за изследване на фактора „сезон“.

Класическите методи могат да покажат, че продажбите през четвъртото тримесечие (около коледните празници) са по-високи. Но C-IFANOVA добавя още измерение, като включва кръговата логика на несигурността. Това позволява да се моделират циклични зависимости – например повтарящия се ефект на празничните кампании или сезонното намаляване на покупателната активност през лятото.

Резултатите предоставят на мениджмънта три сценария за всяка година:

Оптимистичен – при силно потребителско доверие и увеличени разходи за техника.

Песимистичен – при кризи (например пандемията), които намаляват покупките.

Усреднен – отразяващ стандартните колебания в рамките на нормална икономическа година.

Тази информация е критична за:

Планиране на кампании – например стартиране на нов модел iPhone в най-благоприятния сезон.

Оптимизация на рекламни бюджети – насочване на средства към периодите с най-висок потенциал.

Управление на складови наличности – предотвратяване на излишъци или недостиг.

C-IFANOVA по този начин не просто показва различия между сезоните, а изгражда основа за динамично управление на маркетинговите стратегии.

Културна индустрия

Културната и развлекателната индустрия е особено чувствителна към фактори като цена и време. В казус с Cinema City е приложен IFANOVA за анализ на влиянието на цената на билетите и деня от седмицата върху посещаемостта [Traneva, 2021]. Класическият анализ би показал, че събота и неделя са пикови дни, а високите цени ограничават продажбите. IFANOVA обаче позволява да се улови несигурността в поведението на публиката – например как комбинацията от цена и специални събития (премиери, фестивали) може да промени очакваните резултати.

Резултатите показват, че:

Има висока принадлежност към тезата „уикендите носят най-високи приходи“, но съществува и значително колебание, свързано с премиери в делнични дни.

Ценовият фактор е важен, но ефектът му варира според таргет групата – младежи, семейства или работещи професионалисти.

Това дава възможност за по-добро планиране на програмата, например, включване на премиери в четвъртък вечер или предоставяне на преференциални билети в делнични дни. Освен това подпомага ценообразуването, като позволява динамично адаптиране на цените според очакваното търсене. В резултат IFANOVA се превръща в инструмент за оптимизация на приходите в културната индустрия.

Социална и здравна икономика

Социалната и здравната икономика е сфера, в която несигурността е най-голяма. Данните често са непълни, закъснели или противоречиви, а

решенията – критично важни. По време на пандемията COVID-19 IFANOVA бе използван за анализ на фактори [Traneva, 2021] като географска локация, плътност на населението и климат.

Класическият анализ показва статистически връзки, но IFANOVA позволява по-дълбок поглед – как различните фактори взаимодействат при висока несигурност. Например, в Европа е открита висока степен на принадлежност на фактора „гъстота на населението“ към разпространението на вируса, но и силно колебание, свързано с различията в здравните системи. В Азия пък климатичният фактор играе по-значима роля.

Приложението на IFANOVA в този контекст има две измерения:

Аналитично – идентифицира факторите с най-голямо влияние.

Практическо – предоставя сценарии за здравния мениджмънт, които могат да се използват при планиране на ресурси, разпределение на ваксини или въвеждане на ограничения.

По този начин IFANOVA се превръща в мост между статистическия анализ и политиките в здравеопазването, а неговият потенциал може да бъде прехвърлен и към икономическите анализи на риска и устойчивостта.

Приложения в управлението

Управленски решения

Управленските решения са сърцевината на всяка организация. В съвременния бизнес те се вземат не само на базата на обективни данни, но и при наличие на несигурност, която може да идва от пазара, технологиите или социално-политическата среда. Класическите методи за анализ често се оказват недостатъчни, защото предполагат ясни и надеждни данни. Тук IFANOVA предлага значително предимство, тъй като позволява комбиниране на количествена информация със степени на колебание и несигурност.

Например, при оценка на ефективността на екипи, класическият анализ може да покаже, че екип А има по-високи резултати от екип Б. Но IFANOVA може да покаже, че предимството на екип А е съпроводено с висока степен на колебание – например заради вътрешни конфликти или непредсказуемост на средата [Traneva & Tranev, 2017]. Това дава на мениджъра по-реалистична картина и възможност да приложи по-балансирана стратегия за управление. Друг пример е изборът на проекти.

Чрез IFANOVA мениджърът може да сравни алтернативи не само по очаквана възвръщаемост, а и по степен на риск. Тази методология позволява създаване на три сценария – оптимистичен, песимистичен и усреднен – и така проектното портфолио се изгражда по-устойчиво.

Стратегическо управление

В стратегическото управление ключов елемент е сценарното планиране. Организациите трябва да се подготвят за различни бъдещи варианти, а не да разчитат на една прогноза. IFANOVA е особено подходящ за тази цел, защото предоставя възможност за едновременно разглеждане на алтернативи и тяхната несигурност.

При глобална конкуренция, където компаниите се сблъскват с бързи технологични промени и нови пазарни играчи, IFANOVA може да се използва за избор на стратегически посоки. Например, една компания може да обмисля навлизане на нов пазар. Класическият анализ може да покаже, че очакваните приходи са високи, но IFANOVA ще отчете и колебанието – свързано с регулаторни бариери, културни различия и политическа нестабилност. По този начин ръководството взема решение, което е едновременно амбициозно и предпазливо.

Човешки ресурси и организационно поведение

Един от най-важните ресурси на всяка организация са хората. Управлението на човешките ресурси е изпълнено с несигурност, защото поведението на хората трудно се моделира с класически статистически методи. IFANOVA може да се използва за оценка на фактори като мотивация, удовлетвореност, лоялност или производителност, които често се измерват чрез анкети със субективни отговори.

Например, при анализ на удовлетвореността на служителите от различни отдели, IFANOVA може да разкрие не само разликите между групите, но и степента на колебание в оценките. Това е полезно, защото управлението може да види кои фактори са стабилни и кои са подложени на вариации. По този начин HR отделът може да насочи усилията си там, където колебанието е най-високо – например към подобряване на комуникацията или условията на труд.

Управление на риска

Управлението на риска е друга сфера, в която IFANOVA показва предимства. Рисковете никога не са напълно ясни – те съдържат елемент на несигурност, който трудно се моделира със стандартни инструменти. IFANOVA може да се използва за класифициране и оценка на рискове според тяхната вероятност и въздействие, като се включи и колебанието.

Например, при финансов риск, свързан с валутни колебания, IFANOVA може да покаже, че рискът е значим, но и силно колеблив, което предполага необходимост от хеджиращи стратегии. При оперативен риск, като прекъсване на доставките, IFANOVA може да покаже по-ниска степен на колебание и съответно по-висока предсказуемост, което дава възможност за конкретни превантивни мерки.

Дигитална трансформация и интелигентни системи

В ерата на дигиталната трансформация организациите внедряват все повече информационни системи за подкрепа на управлението. IFANOVA може да бъде интегриран в такива системи като модул за анализ при несигурност. Това позволява автоматизирано създаване на сценарии, които подпомагат мениджърите в ежедневната работа.

Например, в платформа за бизнес анализ (Business Intelligence) може да се вгради IFANOVA модул, който автоматично да оценява влиянието на различни фактори върху ключови показатели като приходи, разходи или производителност. Така мениджърите получават не просто статистически анализ, а интелигентни препоръки, базирани на сценарии.

Примери и казуси

Енергетика: IFANOVA може да се използва за оценка на ефективността на различни енергийни източници при несигурни данни за потреблението.

Образование: чрез IFANOVA се анализира влиянието на фактори като учебна програма, квалификация на преподаватели и мотивация на студенти върху успеваемостта.

Здравен мениджмънт: IFANOVA подпомага анализа на фактори, влияещи върху качеството на здравни услуги, включително несигурни данни от анкети на пациенти.

Финансови институции: чрез IFANOVA се анализират кредитни портфейли, като се отчитат несигурността и колебанието при различни сценарии за икономическо развитие.

Дискусия и сравнение с класическия метод

Същност на класическия ANOVA

Класическият дисперсионен анализ (ANOVA), разработен от Fisher през първата половина на XX век, е едно от най-използваните статистически средства за проверка на хипотези. Неговата основна идея е проста: да се провери дали съществуват статистически значими различия между средните стойности на няколко групи. В икономиката това може да означава, например, да се сравнят средните приходи на различни пазари или производителността на различни отдели в организацията.

ANOVA е особено полезен, защото: предлага ясни и интерпретируеми резултати; има сравнително лесни изчислителни процедури; е добре познат и приет в академичната и практическата общност.

Ограниченията му обаче са съществени: изисква ясни и точни данни; предполага нормално разпределение на грешките; изисква хомогенност на дисперсиите; не може да работи с несигурност, неяснота или противоречивост в данните.

Тези ограничения правят ANOVA частично неприложим в реални бизнес среди, където несигурността е по-скоро правило, отколкото изключение.

Основни различия между ANOVA и IFANOVA

IFANOVA се явява естествено разширение на класическия подход. Основното различие е въвеждането на трета компонента – колебание, наред със степените на принадлежност и непринадлежност.

ANOVA: работи само с ясни данни, разделя вариацията на „между групите“ и „в групите“.

IFANOVA: позволява част от информацията да е неясна или противоречива, като това се моделира чрез колебание. На практика това означава, че IFANOVA не се стреми да елиминира несигурността, а да я включи в анализа. В условия на съвременния бизнес това е фундаментално предимство [Traneva, 2021].

Практически последици от въвеждането на колебание

Колебанието е индикатор за степента на несигурност в информацията. Например, ако мениджър сравнява три пазара – Европа, Азия и Америка, класическият ANOVA ще покаже дали средните приходи се различават значимо. IFANOVA обаче ще покаже и колко надеждни са тези различия.

В Европа може да има висока степен на принадлежност към „силно печеливш пазар“, но и умерено колебание заради геополитически рискове.

В Азия може да има по-ниска средна стойност, но и ниско колебание, което означава стабилност.

В Америка резултатите може да са високи, но с голямо колебание, дължащо се на колебанията в долара или регулациите.

Така мениджърът не се базира само на средни стойности, а взема решение, което отчита вариативността и риска.

Казус 1 – Финансов мениджмънт: ANOVA може да покаже различия между регионални приходи. IFANOVA добавя оценка на несигурността, което позволява на финансовия директор да изгради сценарии за инвестиции.

Казус 2 – Маркетинг: При анализ на сезонните продажби ANOVA отчита разлики между пролет, лято, есен и зима. IFANOVA показва и колебанието във всеки сезон – например, че зимата е силна, но и силно зависима от празнични кампании. Това подпомага по-реалистично планиране.

Казус 3 – Управление на човешки ресурси: ANOVA може да сравни производителността на екипи. IFANOVA може да отчете, че някой екип е по-резултатен, но това предимство е нестабилно, което насочва вниманието към организационни проблеми.

Критичен поглед – кога IFANOVA е по-подходящ и кога класическият ANOVA остава валиден

IFANOVA има предимство в условия на несигурност, противоречие и непълни данни. Това го прави особено ценен в стратегическия мениджмънт, финансите, маркетинга и здравната икономика.

В същото време ANOVA остава полезен при: големи и надеждни масиви от данни; експериментални изследвания в контролирана среда; ситуации, в които несигурността е минимална и може да се пренебрегне.

В този смисъл двата метода не са конкуренти, а допълващи се инструменти.

Бъдещи приложения и перспективи

Перспективите за развитие на IFANOVA са свързани с непрекъснато нарастващата сложност на икономическите и управленските процеси. В условията на дигитализация и глобална свързаност организациите се нуждаят от инструменти, които не просто анализират данни, а работят с несигурност и динамика. IFANOVA, като разширение на класическия дисперсионен анализ, предлага именно тази възможност – да моделира реалността такава, каквато е: непълна, многопластова и променлива.

Интеграция с изкуствен интелект - една от най-перспективните посоки е интеграцията на IFANOVA в системи за изкуствен интелект (AI). Алгоритмите за машинно обучение и невронните мрежи обикновено работят с големи масиви от данни и се стремят да откриват закономерности. Те обаче са ограничени, когато данните са непълни или противоречиви. Включването на IFANOVA в AI системи ще позволи: автоматично оценяване на фактори в условия на неяснота; изграждане на предсказващи модели, които включват сценарии за оптимистични и песимистични резултати; по-добро обяснение на резултатите – особено важно в управлението, където прозрачността е ключова.

Друга важна перспектива е прилагането на IFANOVA при анализ на големи данни (Big Data). Съвременният бизнес разполага с огромни количества информация – от потребителски транзакции и социални мрежи до сензори и IoT устройства. Част от тези данни са неточни или непълни. IFANOVA може да служи като инструмент за филтриране и структуриране на такива масиви, като подпомага откриването на скрити зависимости. Например, при анализ на милиони онлайн покупки, IFANOVA може да идентифицира не само кои фактори влияят върху потребителското поведение, но и колко стабилни са тези влияния във времето.

Оптимизация на вериги за доставки - в глобалната икономика веригите за доставки са изключително уязвими към несигурност – природни бедствия, политически кризи, колебания в цените на суровините. Класическите модели за оптимизация често се оказват твърде ригидни. IFANOVA може да се използва за оценка на фактори като време за доставка, разходи и надеждност на доставчиците, като включва и колебанието. Това позволява изграждането на устойчиви стратегии, които работят в различни сценарии – например, при

рязко покачване на транспортните разходи или при блокиране на определен регион.

В управлението на човешките ресурси бъдещето принадлежи на интелигентни системи за анализ на поведението и удовлетвореността на служителите. IFANOVA може да се прилага върху данни от анкети, интервюта или автоматизирани HR системи, за да установи кои фактори оказват най-голямо влияние върху мотивацията и производителността. Включването на колебанието позволява да се идентифицират области с нестабилни резултати – например, екипи, където удовлетвореността варира силно. Това е сигнал за управлението да предприеме целенасочени мерки.

Финансово прогнозиране - финансовите пазари по дефиниция са среди на несигурност. IFANOVA може да се използва за анализ на влиянието на различни фактори – лихвени проценти, инфлация, валутни курсове – върху резултатите на компаниите. За разлика от класическите методи, IFANOVA може да покаже доколко стабилна е връзката между фактора и резултата. Например, може да установи, че влиянието на инфлацията върху продажбите е силно, но същевременно силно колебливо – сигнал, че компанията трябва да разработи алтернативни сценарии.

Екологични оценки и устойчиво развитие - в епохата на климатични промени и нарастващ натиск за устойчивост, IFANOVA има значителен потенциал в областта на екологичните оценки. Тук данните често са непълни, а прогнозите – несигурни. IFANOVA може да се използва за анализ на фактори като енергийна ефективност, въглеродни емисии или въздействие върху биосферата. Например, при оценка на устойчивостта на даден регионален проект може да се включат както надеждни данни (например нива на замърсяване), така и неясни или прогнозни величини (например бъдещи климатични тенденции). Така се изграждат по-балансиран стратегии за устойчиво развитие.

Като цяло, бъдещите приложения на IFANOVA са насочени към сфери, където несигурността е системна характеристика – глобални пазари, човешко поведение, екологични промени, дигитални среди. Перспективата е IFANOVA да се превърне в неотменна част от интелигентните системи за вземане на решения. В комбинация с изкуствен интелект и Big Data той може да създаде ново поколение управленски инструменти, които не само предсказват, но и симулират различни сценарии.

Заклучение

Интуиционисткият размит дисперсионен анализ (IFANOVA) и неговите разширени форми – Circular IFANOVA (C-IFANOVA) и Elliptic IFANOVA (E-IFANOVA) – представляват не просто надстройка на класическия дисперсионен анализ, а ново поколение методология, способна да моделира реалността в нейната цялостна сложност. Чрез въвеждането на компонента „колебание“ тези модели преодоляват фундаменталното ограничение на традиционната статистика – невъзможността да се работи с несигурност и противоречивост на данните. В икономически и управленски контекст това означава преход от еднопластов анализ, базиран на средни стойности, към многопластова оценка, която отчита риск, вариативност и устойчивост на системите.

IFANOVA и неговите разширения създават условия за качествено нов тип сценарно планиране, в което управленските решения се формират не само на основата на текущи резултати, но и чрез предвиждане на алтернативни бъдещи развития. Това превръща метода в ключов инструмент за стратегическо управление, където стабилността и устойчивостта имат същата стойност, както и постигането на високи резултати.

Внедряването на IFANOVA в практиката има потенциал да трансформира начина, по който организациите вземат решения – от краткосрочно оперативно управление до дългосрочно стратегическо развитие. Особено значение има възможността за интеграция с технологии на изкуствения интелект и анализ на големи данни, което ще позволи автоматизирано изграждане на предсказателни модели, адаптивни към динамиката на глобалната икономика.

IFANOVA може да се разглежда като методологичен фундамент на дигиталната икономика, където несигурността е постоянна величина, а устойчивото управление изисква способността да се моделират не само фактите, но и колебанията около тях. От тази гледна точка IFANOVA, C-IFANOVA и E-IFANOVA се представят като интегрални инструменти за стратегическо управление, които трансформират начина на мислене в икономиката и мениджмънта – от линейна статистическа интерпретация към многопластова парадигма за вземане на решения в условия на неопределеност и системна сложност

Изказваме благодарност по ПРОЕКТ № ОУФ-НИ-15/2025 "Извличане на експертни знания чрез иновативни аналитични методи".

Библиография

1. Транева В., С. Транев (2017). „Индексираните матрици като инструмент за вземане на управленски решения“, Изд. на Съюз на учените в България, София, 2017, ISBN: 978-954-397-041
2. Atanassov, K. T. (1986). Intuitionistic Fuzzy Sets. Fuzzy Sets and Systems, 20(1), 87–96.
3. Atanassov, K. T. (2021). Elliptic Intuitionistic Fuzzy Sets. Notes on Intuitionistic Fuzzy Sets, 27(2), 1–12.
4. Traneva, V. N. (2021). Intuitionistic Fuzzy Analysis of Variance (IFANOVA) for Decision-Making under Uncertainty. In: Monograph on Intuitionistic Fuzzy Approaches in Management and Economics. Sofia: Avangard Prima BPS Printing House Ltd. ISBN 978-619-239-643-5
5. 2021Traneva, V., Tranev, S. (2023). Circular Intuitionistic Fuzzy Analysis of Variance on the Factor Season of Apple Sales. In: Proceedings of INFUS 2023 – International Conference on Intelligent and Fuzzy Systems. Springer, LNNS.
6. Traneva, V., Tranev, S., Todorov, V. (2024). An Elliptic Intuitionistic Fuzzy Analysis of Regional Samsung Net Revenue Variations. In: Proceedings of INFUS 2024 – Intelligent and Fuzzy Systems Conference. Springer, LNNS.

За авторите

Величка Транева, доцент, доктор, Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас, катедра "МИФ", veleka13@gmail.com

Стоян Транев Транев, доцент, доктор, Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас, катедра "ИТМ", tranev@abv.bg

Българско електронно научно списание „Стопанско управление“

Bulgarian electronic scientific journal “Business Management“

Брой 2, 2025

Издател: © Иван Цанов

Място на издаване: София, Република България

Език на публикуване: Български

Година на основаване: 2020

Официален сайт (URL): <https://spisanie-su.eu>

Електронна поща: spisanie_su@yahoo.com

НАЦИД ID №4089

ISSN 2738-7399

