

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ПРИНЦИПИТЕ НА КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА В РАБОТАТА НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Даниела Стоянова

Магистърска програма „Кръгова икономика”

Кат. „Икономика“, Факултет „Международна икономика и администрация“
ВСУ „Черноризец Храбър“

***Резюме:** В съвременния, динамично развиващ се свят все повече собственици на малки и средни предприятия осъзнават необходимостта от въвеждане и спазване на принципите на Кръговата икономика в дейността на техните предприятия. Това от своя страна дава нови възможности за развитие, завладяване на нови пазарни ниши, както и повишаване на конкурентоспособността им. Тези предприятия повишават изискванията си към доставчиците, с които работят, увеличава се и броят на клиентите, с изградена „зелена“ потребителска култура и повишени изисквания и критерии към стоките, които закупуват и услугите, които ползват.*

***Ключови думи:** Кръгова икономика, малки и средни предприятия, „зелена“ потребителска култура, Европейския зелен пакт, дигитализацията на предприятията, маркетингова стратегия.*

APPLICATION OF CIRCULAR ECONOMY PRINCIPLES IN THE WORK OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE REPUBLIC OF BULGARIA

Daniela Stoyanova

Master's program "Circular Economy"

Department "Economics", Faculty "International Economics and Administration"
University of Applied Sciences "Chernorizets Hrabar"

***Summary:** In the modern, dynamically developing world, more and more owners of small and medium-sized enterprises realize the need to introduce and*

observe the principles of the Circular Economy in the activities of their enterprises. This, in turn, provides new opportunities for development, conquering new market niches, as well as increasing their competitiveness. These enterprises raise their requirements to the suppliers they work with, the number of customers also increases, with a built "green" consumer culture and increased requirements and criteria for the goods they purchase and the services they use.

Keywords: *Circular economy, small and medium-sized enterprises, "green" consumer culture, European Green Pact, digitalization of enterprises, marketing strategy.*

Въведение

Намаляването на отпадъците, тяхното рециклиране и връщането им отново в производствения цикъл е основен принцип в Кръговата икономика, която от своя страна допринася за постигане на целите на Европейския зелен пакт или така наречената Зелена сделка, за намаляване на въглеродния отпечатък върху климата и намаляване на парниковия ефект върху атмосферата. Изменението на климата и замърсяването на околната среда са заплаха, която с обединени усилия трябва да бъде преодоляна. За целта промяната към „зелено“ мислене трябва да тръгне от обикновения човек, бизнеса и политиците и с общи усилия да се постигнат заложените в Зелената сделка цели. „Преминването от линейна икономика към кръгова е съществена промяна в икономическия ред. Тази промяна трябва да обхване целия производствен цикъл - дизайн на продуктите, движението на материалните потоци, създаването на правилни стимули и правни структури за стимулиране на бизнес идеи. Промяната в начина на мислене на потребителите е от съществено значение, за да може тези бизнес идеи да се осъществят. Тази промяна изисква обединяването на усилията на изпълнителна власт, бизнес,

финансови и образователни институции. По същество, кръговата икономика представлява системна промяна, която изгражда устойчивост в дългосрочен план, стимулира бизнеса, поражда икономически възможности и създава обществени ползи с неутрален отпечатък върху природата.“ [Стратегия за преход към Кръгова икономика 2021 – 2027, Проект 2020, 07]. Освен това ако желаят да са актуални на пазара и да отговарят на изискванията на новите икономически условия, предприятията трябва да се адаптират към новите пазарни изисквания така и към новите нагласи на потребителите.

Изложение

Българските предприятия се ориентират все по – добре в условията на динамично променящия се пазар и новия икономически ред, наложени от изискванията на зелената сделка. От една страна това се налага поради повишената потребителска култура на клиентите, от друга страна самите собственици на предприятия осъзнават необходимостта от преориентиране на своята дейност в посока намаляване на отпадъка и опазване на околната среда. В тази връзка не малка роля играят и Европейските регулации, за неспазването, на които са предвидени съответните глоби и такси. През последните няколко години и особено по време на Пандемията от Ковид – 19 се наблюдава засилен интерес към дигитализацията на предприятията като възможност за осъвременяване и улесняване на дейността им. Голяма част от представителите на бизнеса създадоха и ефективно използват все по – успешно онлайн платформи за електронна търговия, които са съвременен начин за предлагането на стоки и услуги, без да е необходимо наемането на помещения за осъществяване на търговска дейност и съответно извършването на режийни разходи по тяхната поддръжка. Този иновативен метод за извършването на търговска дейност става все по – популярен и значително допринася за предотвратяването на образуване на отпадъци, които се отделят

при наемането и използването на помещения за търговска дейност, както и се отменя задължението от извършването на режийни разходи за поддръжката им като електроенергия, питейна вода и наемането на търговски работници. Този начин за търговия се приема много добре и от клиентите, поради факта, че спестяват време и средства за обикаляне на магазините и търсене на подходящите стоки. Набиращите все – по голяма популярност социални мрежи също дават възможности за маркетинг, реклама и популяризиране на продуктите на производителите и търговците. Те се налагат като съвременен метод в маркетинговата стратегия на икономическите субекти. Все по – голяма част от представителите на бизнеса използват електронните медии, радио и телевизионни канали като възможност за реклама на техните продукти. Това също е един иновативен и ефикасен начин за предотвратяване образуването на отпадъци от печатните рекламни материали. Ако все пак използването на хартиени промоционални материали е наложително, то за тази цел се използва рециклирана хартия и ако форматът позволява се използва двустранно отпечатване.

Изхвърлянето и депонирането на промишлени отпадъци са сериозен фактор, допринасящ за замърсяването на околната среда. Поради свръх производството и ниските цени на битовата и електронна техника клиентите предпочитат да си закупят нови такива, вместо да ги ремонтират. В тази връзка добри примери са новосъздадените предприятия за поправка и ремонт на битова и електронна техника. Тук собствениците на предприятията се стремят по възможност да ремонтират старите електроуреди и да ги върнат на клиентите за повторно използване, а ако това не е възможно да бъдат рециклирани и върнати отново в производствения цикъл. Друг начин за удължаване на жизнения цикъл на продуктите е продажбата им в магазини за втора употреба. В сферата на мебелната индустрия се наблюдава интерес към създаване на предприятия за поправка, реставрация и тапициране на мебели.

Тези предприятия са една възможност за вдъхване на нов живот на старите мебели и връщането им обратно на пазара и в домакинствата като по този начин се предотвратява образуването на значителен обем отпадъци в природата. Това е и начин за намаляване на необходимостта от извличане на суровини от природата за създаване на нови продукти.

Създадените ателиета за обушарски, сарашки и шивашки услуги също спомагат за удължаване на живота на някои промишлени стоки като в тях се извършва ремонт на вече използвани дрехи, обувки и аксесоари и по този начин се предотвратява необходимостта от тяхното изхвърляне и индиректно необходимостта от производството на нови стоки. При изработването на изделия по поръчка на клиентите, собствениците на тези ателиета се стремят към използването на качествени и здрави материали и такива, които са лесно разградими в природата. По този начин животът на новосъздадените продукти се удължава максимално и те стават лесно рециклируеми. Съществен проблем при производството на облекла са свръх производството и понижаването на цените, поради което се стига до намаляване на жизнения цикъл на продуктите, което води до увеличаване на текстилните отпадъци. В тази връзка трябва да се насочат усилията на производителите в посока удължаване на жизнения цикъл на текстилните изделия, използване на по – здрави и скъпи материали, повторното използване на материалите и когато е възможно тяхното рециклиране. Друг вариант е дрехите и обувките излезли от мода да бъдат предлагани в магазини за втора употреба, както и да бъдат дарявани на нуждаещи се хора и институции.

В някои народни, художествени занаяти като част от традициите на българския народ, също се наблюдава използването на екологични материали и такива с голяма здравина. Редица примери могат да се дадат в сферата на изработването на национални костюми, национални кукли, сувенири, кукерски маски и костюми. Платовете, кожите, помощните материали и аксесоарите,

използвани за тяхната изработка се подбират с голямо внимание, за да могат готовите изделия, които в голямата си част са предназначени за чуждестранни клиенти, да радват възможно най – дълго своите ползватели.

Представители на хранително – вкусовата промишленост, хотелиерския и ресторантьорския бизнес все повече се стремят към минимизиране изхвърлянето на хранителни продукти и отпадъци, чрез внимателно и добро планиране на нуждите на потребителите. Някои от тях проявяват интерес и към възможностите за тяхното компостиране и използването им за наторяване на почвите в земеделието. Освен това редица ресторантьори въведоха използването на биоразградими торбички, чаши и съдове при доставките на храна по домовете и офисите. Социалният елемент също е включен като все повече собственици на ресторанти организират и предлагат безплатна храна на нуждаещи се хора. Някои от хотелиерите предлагат услуги като отдаване на колела под наем на своите клиенти, с цел опазване на въздуха чист и намаляване на вредните емисии. Използването на енергоспестяващо осветление и енергия от възобновяеми източници допринасят за намаляване на използваната електро енергия от бизнеса, което също води до намаляване на парниковия ефект и климатични изменения. Редица представители на хотелиерския бранш въведоха механизми за пречистване на вече използваната вода и я връщането и за повторна употреба употреба. За пречистването на водата в плувните басейни се наблюдава тенденция към използването на био продукти. Предприятията в сферата на индустрията за красота използват в своята дейност все по – голямо разнообразие от био продукти, с цел намаляването на вредни за природата и човешкият организъм вещества. Тази стъпка в голямата си част е продиктувана и от завишените изисквания на техните клиенти и промяната им към „зелено“ потребителско мислене, както и от стремежът им за водене на здравословен начин на живот и опазването на околната среда. Тук като проблем се наблюдава все още по – високите цени на

тези продукти в сравнение с традиционните, които се използват в тази индустрия и това от своя страна създава пречки за по – масовото им приложение. Но все повече потребители са готови да платят по – висока цена за екологичен продукт в сравнение с предходните години.

Редица предприятия за производство на био продукти преминават към използване на специално проектирани опаковки за своите изделия с цел оптимизация на опаковъчните материали и минимизиране на замърсяването на околната среда. Някои от търговските вериги създават специални щандове с био продукти като за популяризирането им се използват специални маркетингови стратегии като промоционални кампании, по – примамливи аранжировки и опаковки.

Голяма част от собствениците на предприятия осъзнаха необходимостта от разделното събиране на отпадъците и необходимостта от тяхното рециклиране. Много от тях насърчават своите служители, клиенти и доставчици към „зелено“ поведение чрез провеждане на обучения, кампании и акции за почистване на околната среда и водите. „Продуктите, произведени в предприятията трябва да бъдат проектирани, така, че да бъдат употребявани максимално дълго, да се поддържат лесно и да позволяват поправка, ремонт, обновяване, преработка или рециклиране.“ .“ [Стратегия за преход към Кръгова икономика 2021 – 2027, Проект 2020, 11]

Заклучение

Погледнато реално през последните няколко години в Република България е постигнат значителен напредък по отношение на самоосъзнаване и настройване към „зелено“ мислене и поведение като важна стъпка към въвеждане принципите на Кръговата икономика в работата на малките и средните предприятия, но това далеч все още не е достатъчно. Представителите на бизнеса биха могли да организират за своите служители различни обучения, свързани с прилагане

принципите на Кръговата икономика и опазването на околната среда. Необходимостта от разделното сметосъбиране и рециклирането на отпадъците би трябвало да бъде популяризирано в рамките на всяко предприятие и обществото. Организирането на повече акции за почистване, засаждане на дръвчета, насърчаването на служителите да използват велосипеди и тротинетки за придвижване да работното място и обратно до дома би трябвало да залегне като част от социалната политика на фирмите. Използването на електрически автомобили от страна на бизнеса също е недостатъчно, като причина за това са все още високата им цена и недостатъчно добре развита мрежа от зарядни станции. Въвеждането на международните стандарти за създаване на система за управление на околната среда в производствата също са съществен елемент и стъпка в правилната посока към опазване и съхраняване на околната среда. Разработването и пускането на пазара на нови екологосъобразни продукти и услуги, които са полезни за околната среда биха могли да бъдат приложени в практиката на редица предприятия. Маркетинговата стратегия на предприятията трябва да бъде насочена все повече към опазването и грижата към околната среда, когато това се отнася за създаването на нови продукти и услуги с цел привличане на повече „зелени“ потребители. Предлагащото на стоките и услугите трябва да става чрез подчертаване на техните ползи за околната среда. Рекламата на „зелените“ продукти трябва да е достъпна и лесно разбираема. Необходимо е да бъдат спазвани принципите на етиката в бизнеса и избягването на експлоатацията на хора и техният труд, както и да се наблегне на качеството на продуктите и съответствието между цена и разходи.

Повишаването на интереса и информираността относно актуалните възможности за финансиране, предоставяни чрез различните механизми и финансови инструменти на Европейския съюз може да подкрепи малките и средните предприятия в прехода им от Линейна към Кръгова икономика, както и да

увеличи приносът им за по - бързо постигане на целите на Европейската зелена сделка.

Използвани източници:

1. Стратегия за преход към Кръгова икономика 2021 – 2027;
2. Национален план за възстановяване и устойчивости;
3. Европейски зелен пакт.
4. Овчарова Сн., Човешкият капитал като основен фактор за устойчиво развитие на обществото. Известия на Съюза на учените–Варна, Сер.”Хуманитарни науки”, бр.1/2009г.