

ПРОФ. Д-Р ВАНЯ КУЗДОВА БАНАБАКОВА



**ИНОВАТИВНИ МОДЕЛИ И ИНСТРУМЕНТИ ЗА
ПРИЛАГАНЕ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ СОЦИАЛНИ
ПОЛИТИКИ, ЧРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ
НА ЛОГИСТИЧНИТЕ УСЛУГИ**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за придобиване на научна степен „доктор на науките“
по професионално направление 3.7. Администрация и управление
научна специалност „Организация и управление извън сферата на
материалното производство“ (сигурност и отбрана)

ВЕЛИКО ТЪРНОВО

2020

Дисертационният труд е обсъден на разширен съвет на Катедра Логистика на сигурността, Факултет Общовойсков на НВУ „Васил Левски” – гр. Велико Търново. Представен е за предварително обсъждане в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки”, професионално направление 3.7. „Администрация и управление” и научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (сигурност и отбрана)” на 06.02.2020 г.

Авторът е професор в катедра „Логистика на сигурността“.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 29.06.2020 г. от 12 ч. в Ритуална зала в сградата на управлението на НВУ „Васил Левски”.

Материалите по защитата са на разположение на интересувашите се в стая № 88 в същата сграда.

Автор: проф. д-р Ваня Куздова Банабакова

Коректор: Цветомила Георгиева

Тираж 15 броя

Издателски комплекс на НВУ „Васил Левски”

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В последните 30 години страните с развита икономика “откриват” логистиката и започват активно да се интересуват от нея. Осъзнава се необходимостта в бизнесорганизациите да се създадат подходящите условия за повишаване на скоростта, с която да се реагира на получените пазарни сигнали. Във връзка с това, като основна задача на логистиката се възприема разработването на проекти за физическа дистрибуция на стоки и услуги, които да спомогнат за повишаване ефективността на работа на организацията, чрез оптимизиране на разходите и повишаване качеството на обслужване на клиентите, което ще доведе до увеличаване на конкурентоспособността. В последните години еволюцията на логистиката е свързана с приложението на модерни комуникационни технологии. Компютърните системи се прилагат не само за оптимизиране на отделните операции, но и за всеобхватно координиране на отделните логистични дейности.

Нарастващото значение на логистиката се проявява в резултат на това, че осигуряването на конкурентни предимства, основани само на търговската марка, имиджа и маркетинговите инструменти вече е недостатъчно. Наблюдава се и все по-силно сближение на технологиите, използвани за производство на определен тип продукти. Поради това не е възможно да се постигне ефективна дългосрочна конкурентоспособност единствено и само въз основа на разнообразяване на продуктите, маркетинговите средства и производствената технология. Необходимо е да се търси диференциране, чрез средства, различни от тях. За тази цел много организации намират в логистиката средство за изграждане на конкурентни предимства.

Измененията в характера на търсенето на логистични услуги пораждат нови процеси и тенденции в предлагането на логистични услуги и развитието и реструктурирането на логистичния сектор.

Съвременната логистика се отличава с някои особености: значителни промени в организацията и управлението на пазарните процеси в глобален мащаб; навлизане на нови комуникационни технологии, които позволяват мониторинг на всички фази от движението на материалните потоци; развитие на логистичен сектор, предоставящ логистични услуги; интегрирането като основа на логистичната концепция, което обхваща голяма част от субектите във веригата на доставките.

Тя се характеризира и с обвързването на логистичните дейности с информационните потоци. Новият логистичен подход изисква пълно координиране и оптимизиране на логистичните дейности и интегрирането им с информационните потоци. Той е свързан с излизане на логистиката извън рамките на икономическата среда и отчитане на социалните, екологични и политически аспекти на обективната действителност. Този нов подход се очертава като концепция за общата отговорност.

Логистичната концепция е основана на системния подход и изисква постоянна синхронизация и координация на логистичните дейности и операции, целяща повишаване ефективността на логистичната система.

Глобализацията и бурното развитие на технологиите налагат необходимостта от аутсорсинг на различни дейности. Организациите от различни отрасли се специализират и насочват своето внимание върху ключови за тях дейности, а прехвърлят второстепенни за тях дейности на външни изпълнители. Логистичният аутсорсинг е понятие, което обозначава възлагането на изпълнението на логистичните дейности на външен доставчик, което от своя страна води до развитието на логистичния сектор. Логистичният аутсорсинг изразява връзката между аутсорсващата организация и доставчика на логистични услуги, който предлага една, няколко или широка гама от логистични услуги. Най-важният момент в логистичния аутсорсинг е да се определят правилно дейностите, които ще бъдат предоставени на външен изпълнител, и правилният подбор на доставчика на логистични услуги.

Необходимостта от логистичен аутсорсинг възниква, когато определена организация не може сама да извършва някои логистични дейности или те не са ключова компетенция за организацията. Тогава тя решава да ги предостави за изпълнение на външен доставчик. Все повече организации предоставят за изпълнение избрани или всички логистични дейности на външен доставчик, не само защото искат да постигнат ценова ефективност, но също и с дългосрочни стратегически цели за създаване на конкурентно предимство, чрез подобро обслужване на клиентите и по-голяма гъвкавост.

По наше мнение логистичните услуги се явяват крайния резултат на цялостния логистичен процес, който представлява комплекс от елементи, дейности и операции, насочени към осигуряване на качествена логистична услуга, съобразена с потребностите и изискванията на потребителите.

Логистичните теоретични и научноприложни постановки могат да бъдат с широко приложение. Традиционните области на приложение са стопанската и военната. Съвременните реалности, обаче налагат нов модел на приложение на логистиката, в резултат на което се идентифицира трети вид логистика с наименованието социална логистика.

Социалната логистика има за цел да въведе социален (човешки) фактор в системите и да приложи логистични принципи, методи и инструменти при решаването на проблемите на обществото.

Степента на развитие на социалната логистика на настоящия етап не позволява да се извършват мащабни емпирични проучвания, а налага необходимостта да се положат теоретичните и научноприложни основи на нейното изграждане като система и елемент на социалната политика.

Потребностите на отделния индивид и обществото като цяло са в основата на социалната политика. На тази основа, социалната политика включва всички елементи, регулиращи въздействия на държавата (общината)

и дейности, които са насочени към оптималното задоволяване на тези потребности, повишаване качеството на живот и безопасността на хората.

Следователно можем да заявим, че логистиката, чрез съвременните ѝ проявления – социална логистика и социално ориентирана логистика, също може да се разглежда като елемент на социалната политика.

Най-важното условие за тяхното развитие е осъзнаването на насочеността им към потребностите на обществото като цяло и на отделните индивиди, повишаване на качеството на живот, опазване на околната среда и постигане на устойчиво развитие.

Разработването и предлагането на социални услуги, като елемент от цялостната социална политика е свързано с множество трудности и проблеми, основно насочени към спецификата на клиентите – уязвими групи от хора по отношение на здравословно и финансово състояние, и прилагане на традиционни, но остарели за съвременните условия опции за предоставяне на социалните услуги. Предоставянето на социални услуги в страната се характеризира с разпръснатост на отделните елементи на услугата между различни институции и звена и пространствена разпокъсаност, което от своя страна води до огромен разход на времеви и финансов ресурс за клиентите.

Това налага необходимостта от нов поглед към значението на логистиката и логистичните услуги, насочен към социалната сфера.

Обект на дисертационния труд е развитието на логистиката и сектора за логистични услуги и ролята им в социален аспект.

Предмет на дисертационния труд са взаимовръзките и взаимозависимостите между развитието на логистиката и сектора за логистични услуги и икономическите и социални условия и потребности.

Целта е създаване и верификация на научна теория с приложен характер за развитието на логистиката и логистичните услуги в социален аспект и разработване на адаптирани научноприложни модели за подобряване на социалните измерения на логистичните услуги.

За изпълнение на поставената цел са конкретизирани пет **научно-изследователски задачи**:

- Научноприложен анализ на логистиката и базираните на нея логистични услуги;
- Анализ на състоянието, проблемите и тенденции в развитието на сектора за логистични услуги;
- Изследване на възможностите за използване на логистичните услуги¹ в развитието на европейските социални политики;
- Изследване на други инструменти, свързани с логистичните инструменти за усъвършенстване на социалните практики;
- Предлагане на модели за подобряване на социалните измерения на логистичните услуги и качеството на обслужване.

¹ Респективно логистичните инструменти, на чиято основа функционират и се развиват логистичните услуги

Трудът е свързан с търсене на отговор на въпроса до каква степен логистиката и логистичното обслужване характеризират социалните отношения и променят качеството на живот.

От отговора на този въпрос е изведена основната теза на настоящия труд - анализът на тенденциите, проблемите и предизвикателствата на развитието на логистиката и базираните на нея логистични услуги в икономически и социален аспект, налагат идеята за разширяване обхвата на приложение на интегрирания логистичен инструментариум и към социалната сфера с цел подобряване на социалната политика в насока повишаване удовлетвореността на потребителите и качеството им на живот.

При разработване на дисертационния труд и за постигане на научноизследователската цел, са използвани научни подходи и методи като: структурен подход; процесен подход; системен подход; литературен обзор; исторически анализ; критичен анализ; сравнителен анализ; индукция и дедукция; анализ и синтез; наблюдение; проучване, чрез анкета; SWOT – анализ; моделиране и други. Изходна база при разработването на дисертационния труд са постановките на съвременните теоретици на логистичната, маркетинговата, управленската, икономическата и социалната науки, които са представени в научни и публицистични издания, книги и статии на водещите специалисти в практиката на логистиката, маркетинга, социалния маркетинг и социалната политика. За да се спази конкретиката, точността и достоверността в изложението в някои случаи се ползват дословно текстове от тези източници. Натрупаните знания и личен опит също са в подкрепа на изследванията и анализите. Използвани са и нормативни документи, стратегически документи, статистически данни от Световната банка, Евростат и други.

В изследването са използвани 217 основни литературни източници. От тях на кирилица - 114, на латиница – 59 и 44 са интернет източници.

Искам да благодаря на ръководството на Национален военен университет „Васил Левски, на Декана на Факултет „Общовойскови”, на Началника на Катедра „Логистика на сигурността” и на всички колеги от Катедра „Логистика на сигурността”, които ми дадоха възможност и ме подкрепиха да разработя и представя настоящия труд.

Дисертационният труд нямаше да бъде реалност и без опита, подкрепата и вярата в мен на много мои колеги и приятели – проф. д-р Валентина Стоянова, доц. д-р Ваня Цонкова, доц. д-р Илиян Матеев, доц. д.н. Елица Петрова, проф. д-р Мирослава Раковска, проф. д.н. Стойко Стойков и полк. доц. д.н. Георги Георгиев. Искам и специално да благодаря на проф. д.н. Венелин Терзиев за съвета, който ми даде да работя по тази изключително актуална и интересна проблематика.

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд е структуриран в съответствие с поставената цел, научноизследователски задачи, теза, обект и предмет на изследване и отразява възприетия от автора подход към темата. Състои се от увод, четири глави, заключение, списък на използваната литература и приложения. Дисертационният труд е в общ обем от 379 страници и включва 26 таблици и 27 фигури.

Дисертационният труд е разработен в четири глави.

ГЛАВА ПЪРВА: ТЕОРЕТИЧНИ И НАУЧНОПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ НА ЛОГИСТИЧНИТЕ УСЛУГИ

Първа глава е посветена на теоретичните и научноприложните аспекти на логистиката и логистичните услуги. Изследвана е същността и еволюцията на логистиката и мястото ѝ в икономическата макро и микро среда. Анализирани са ролята на логистиката за развитието на икономиката. Изведени са характеристиките на понятията логистична услуга и логистично обслужване и връзката между тях. Представена е класификация на логистичните услуги и видовете посредници в логистиката. Изследвано е влиянието на равнището на логистичните услуги върху разходите и ефективността. Откроена е ролята на критериите за оценка и стандартите за логистичните услуги с цел повишаване удовлетвореността на клиентите. Изведени са три групи стратегии за логистични услуги, диференцирани по различни критерии.

Свободната пазарна икономика и европейската интеграция налагат засилване на икономическите връзки, за да се гарантира взаимен достъп до ресурси. Това обяснява нуждата от ефективни логистични услуги, които функционират добре и които осигуряват бърза и директна връзка между страните в ЕС и извън него, на базата на конкурентното предлагане на различни видове транспорт и на цели пакети логистични услуги.

Един от факторите за развитието на логистиката и логистичните услуги е глобализацията, която определя тенденциите в икономическото развитие. С нейния напредък, конкуренцията се засилва и логистиката става конкурентоопределящ фактор, а структурата на организациите и производствата се изменя с времето и става все по-динамична. Това води до диференциация на продукти и услуги, изнасяне на производства или части от тях в различни краища на света и последваща продажба на различно място от това на производството. Суровините, материалите и продуктите се транспортират на хиляди километри преди да стигнат до крайния потребител, което е основен двигател и предизвикателство пред логистиката и развитието на логистичните услуги.²

² Михова, Л. Дисертационен труд на тема: Възможности за развитие на устойчиви логистични услуги – макро и микроперспектива. УНСС, Катедра Логистика, С. 2017, стр. 10.

Логистиката като научно направление и управленска практика намира все по-голямо приложение, както по света, така и в България. В исторически аспект, за да достигне до сегашното си състояние, тя е претърпяла многогодишна еволюция.

Джон Гаторна дефинира логистиката като “процес на стратегическо управление на придобиването, придвижването и съхранението на материали, резервни части и завършени стоки (и съпровождащите ги информационни потоци) в организацията и нейните маркетингови канали за изпълнение на поръчките по най-ефективен начин.”³ Логистиката може да бъде източник на добавена стойност и да играе жизнена роля в организационната рентабилност.

В настоящите условия “логистиката в стопанската сфера бележи динамично развитие, което при нарастващата глобализация на производството, пазара и конкуренцията, намира все по-широко проявление, както в географски, така и в секторен аспект. В основата на тази тенденция е възприемането на интегралния подход и прилагането на съответния инструментариум при управлението на материалните потоци и съпровождащата ги информация от мястото на тяхното възникване, през всички фази на движение (снабдяване, производство, дистрибуция), до крайния потребител.”⁴

Естествено развитие на логистичната концепция се явява и концепцията за управление на веригата на доставките (УВД), „надхвърляща пределите на отделната организация и обхващаща интегрираното управление на участниците и процесите в създаването и движението на продуктите до потребителите.”⁵

Според Раковска “причината за съществуването на веригите за доставки е разделението на труда между организациите при производството и реализацията на крайните продукти и растящата в резултат на това специализация на участниците в процеса на създаването на стойност за потребителите. Тези участници са взаимно обвързани помежду си поради технологичната зависимост на ресурсите и дейностите, които контролират. Те зависят един от друг и имат обща цел, насочена към удовлетворяване на крайните потребители. В резултат, те трябва да си сътрудничат при своето взаимодействие и да изграждат доверие помежду си. Основната идея в управлението на веригата на доставки е, че организациите са включени в система от стопански взаимоотношения по повод създаването и реализацията на продуктите. Затова тяхната конкурентоспособност е обвързана с веригите, в които участват. Това води до появата на тенденцията конкуренцията да се

³ Гаторна, Дж. Основи на логистиката и дистрибуцията. Изд. Делфин прес, Бургас, 1998. стр. 25.

⁴ Чанкова, Л. Развитието на съвременната логистика в България като условие за икономически растеж. Сп. Известия. ИУ-Варна. Бр. 4. 2006. стр. 17-30.

⁵ Димитров П., Толев М., Тодоров Ф., Величкова Е., Корбанколева И.; 2010, Логистични системи; С., Университетско издателство Стопанство, стр. 24.

осъществява не между отделни организации, а между веригите от организации, допринасящи за удовлетворяването на потребителя”.⁶

Като трайна тенденция в икономическия живот се налага приложението на аутсорсинг на различни дейности. Основните причини за това са глобализацията и бурното развитие на технологиите. Логистичният аутсорсинг е понятие, което обхваща „възлагането на изпълнението на логистичните дейности на външен доставчик“⁷. Това, от своя страна води до развитието на логистичния сектор. Логистичният аутсорсинг изразява връзката между организацията, възлагаща определени дейности и доставчика на логистични услуги, който предлага една и няколко логистични услуги. При логистичния аутсорсинг е важно правилно да се определят дейностите, които ще бъдат предоставени на външен изпълнител, и правилният подбор на доставчика на логистични услуги.⁸

Съвкупността от доставчици на логистични услуги може да се определи като „логистичен сектор“. „Структурата на този сектор се определя от относителното разпределение в него на различните видове доставчици, които в литературата често се разграничават в зависимост от степента им на развитие.”⁹ По този признак различаваме доставчиците на логистични услуги, които предлагат отделни услуги и се определят като „Втори партньор в логистиката (2PL – Second Party Logistics Provider). Най-често срещан и коментиран в литературата е тъй нареченият „Трети партньор в логистиката“ (3PL – Third Party Logistics Provider). Особен вариант на третият партньор в логистиката е т.нар. „водещ доставчик на логистични услуги“ (Lead Logistics Provider – LLP).¹⁰ Развитието на логистичния сектор и на доставчиците на логистични услуги се дължи най-вече на нарастващата нужда и търсене на логистични услуги. Поради растящата необходимост от интеграция на логистичните дейности, доставчиците се стремят да предлагат все повече услуги в комплект и така се стига до появата на т.нар. „четвърти партньор в логистиката“ (Fourth Party Logistics Provider – 4PL). Като следващ етап на развитие на ДЛУ в литературата се посочва и появата на „пети партньор в логистиката“ (Fifth Party Logistics Provider – 5PL). Той се характеризира като високотехнологичен интегратор на веригата на доставките, основана на електронната търговия.¹¹

Логистиката, като цяло, и логистичните системи, в частност, съществуват и се развиват, за да обслужват потребителите. Като резултат от

⁶ Раковска, М. Управление на веригата на доставките. ИК при УНСС, С., 2013, стр. 7-8.

⁷ Димитров П., Логистиката в България - проблеми и перспективи на развитие, Издателски комплекс - УНСС, 2013, стр. 63.

⁸ Раковска, М., и кол. Логистичния сектор в България – състояние и насоки за развитие. Издателски комплекс – УНСС, С., 2017, стр. 13

⁹ Langley, C. J, G.R.Allen & M.J. Colombo, 2003 Third-Party Logistics Study: Results and Findings of the 2003 Eight Annual Study. Georgis Institute of Technology, Car Gemini Ernest & Young and FedEx Corporate Services,

¹⁰ Langley, C. J, Allen, G. R., Third-Party Logistics Study: Results and Findings of the 2002 Seventh Annual Study. Georgia Institute of Technology.

¹¹ Димитров, П., Толев, М., Тодоров, Ф., Величкова, Е., Корбанколева Ив. Логистични системи, УИ Стопанство, С., 2010, стр. 83.

това виждане и логистичният цикъл се отъждествява с цикъла на изпълнение на поръчката на клиента.

Логистичното обслужване на клиентите се явява процес на предоставяне на услуги. По наше мнение логистичните услуги се явяват крайния резултат на процеса логистично обслужване, който представлява комплекс от елементи, дейности и операции, насочени към осигуряване на качествена завършена логистична услуга.

В практическата реализация на логистичните услуги основен се явява проблемът за определяне на тяхното равнище, тъй като то е интегрален критерий за оценка на усилията и резултатите по предлагането на услугата, както от позициите на доставчика, така и от позициите на потребителя. Счита се, че качеството на логистичната услуга се определя от степента на удовлетворяване на потребностите на клиентите, изразяващо се в точно изпълнение на заявките, липса на грешки, ефективно предоставяне на услуги и стремеж към непрекъснато повишаване на равнището на обслужване. В същото време достиганото качество на логистична услуга от конкретния доставчик винаги е компромис между равнището на логистичната услуга и разходите за това. В повечето случаи разходите зависят и от значимостта на равнището на логистичната услуга за конкретните потребители. Колкото е по-висока тази значимост, толкова по-съществено място следва да заемат различните аспекти на обслужването в логистичната дейност на организацията и толкова по-високо следва да бъде неговото равнище.¹²

Ефективното управление на предлагането на логистичната услуга изисква нейното оценяване, за да се определи правилността на насоката на действия от гледна точка на удовлетвореността на клиента и рентабилността на организацията. Въз основа на направената оценка следва да се открият слабите места (ако има такива) и да се предприемат корективни действия.

Според Благоев „като най-важни комплексни критерии за оценка на логистичната услуга се очертават: достъпност, функционалност и надеждност. Те се явяват основни измерители за качеството на логистичната услуга и осигуряват контрола и оценката на нейната ефективност.

Диференцирането на логистичните услуги и обслужването на клиентите се постига, чрез приемане на различни стандарти в зависимост от следните критерии:¹³ разполагаемост с асортиментни разновидности и количества в процент от подадените поръчки; фактически доставени количества и асортиментни разновидности в процент към поръчаните; време (цикъл) за изпълнение на поръчките в часове или дни и други.

Повишаването на ефективността на логистичните услуги изисква техните цели да се базират върху стратегическите цели на организацията като цяло. Политиката, свързана с логистичните услуги не може да се разглежда изолирано, а като интегрална част от цялостната организационна

¹² Terziev, V., Banabakova, V., Ilseva, M. Georgiev, M. Logistic service levels // Scientific journal. „ECONOMICS AND FINANCE“. GPG Publishing Group, Pretoria, South Africa, 2017, pp. 15-28.

¹³ Василева, Л. и кол. Дистрибуционна политика. Част 2. Изд. Тракия – М. С. 2002, стр. 299.

стратегия. Основа на ефективно реализираната логистична услуга се явява добре разработената стратегия.

Отправна точка при разработване на стратегията за логистичните услуги е точното определяне на потребностите на клиентите.

По наше мнение е целесъобразно приложението на трите основни конкурентни стратегии на Майкъл Портър към логистичните услуги.¹⁴ Според Майкъл Портър основните конкурентни стратегии, които спомагат за справяне с конкурентните сили и постигане на по-добри резултати от останалите организации са:¹⁵ лидерство по отношение на общите разходи; диференциация; и ясна насоченост (фокусиране).

С приложение към логистичните услуги са и следните видове стратегии: стратегии за логистично обслужване, съобразно доходността на клиентите и разходите; и персонализирани стратегии за обслужване на клиентите.

ИЗВОДИ НА ПЪРВА ГЛАВА:

- Сравнителният и критичен анализ на теоретичните и научноприложни постановки за логистиката и базираните на нея логистични услуги недвусмислено показва, че те са доказали своята практическа приложимост, защото благодарение на тях се разви и утвърди значението на логистиката в стопанската сфера, търсенето и предоставянето на логистични услуги се наложи като необходимост и като резултат се обособи нов стопански сектор – логистичния сектор. Съвременната логистична концепция и логистичните инструменти, необходими за нейната реализация са в основата не само на стопанския живот, но и във военната област. На тази основа се развива процесът за тяхното приложение и в нови области – като социалната сфера.
- Логистиката в страната и ролята ѝ за развитието на икономиката изисква активна държавна политика, която трябва да бъде насочена към създаване на условия за подобряване на управлението на организациите и стратегиите им. Това ще допринесе за утвърждаване на логистиката като източник на конкурентно предимство. Целесъобразно е и създаване на съвременна логистична инфраструктура на страната, която да осигурява благоприятни условия за развитие на логистичния сектор на национално и международно ниво и за привличане на международния транзитен поток от стоки.
- Логистичните услуги са крайния резултат на логистичния процес, който представлява комплекс от елементи, дейности и операции, насочени към осигуряване на качествена логистична услуга. С развитието на пазарните отношения възможностите на потребителите за избор на по-добро обслужване се увеличават. В резултат на това се

¹⁴ Terziev, V., Banabakova, V., Ilshева, M., Georgiev, M. Logistics services strategies. // Scientific journal «Economics and finance». GPG Publishing Group, Pretoria, South Africa, 2017, pp. 28-43.

¹⁵ Портър, М. Конкурентна стратегия. Изд. Класика и стил. С. 2010, стр. 68-80.

повишават и техните изисквания към равнището на обслужване. Равнището на логистичното обслужване на клиентите се явява критерий за резултата от изпълнението на логистичните услуги, както от позициите на доставчика на логистични услуги, така и от позициите на потребителя.

- Целесъобразно е, взаимната връзка между равнището на логистичната услуга и обслужването, обема на продажбите, дохода, разходите и печалбата систематично да се анализира и резултатите да се използват за вземането на коригиращи решения при необходимост. Решенията за намаляване на организационните разходи следва да се съгласуват с необходимото за запазване на конкурентните предимства равнище на логистичните услуги и обслужване на клиентите, защото то оказва пряко влияние върху пазарните позиции на организацията, доставките, дистрибуцията и общите логистични разходи, а от там и върху печалбата и рентабилността.
- Осигуряването на качествени логистични услуги изисква тяхното оценяване, за да се прецени верността на действията от гледна точка на удовлетвореността на клиента и рентабилността на организацията и разработването и внедряването на стандарти, които изискват организацията точно да определи желаните от клиентите нива на обслужване, разходите по осигуряването на алтернативни логистични услуги и мерките за измервания и контрол на извършените услуги.
- Организациите, които вярват, че основен продукт на всяка организация е обслужването на клиентите разбират и стратегическото значение на логистиката в този процес. Техният успех в настоящите условия зависи от това да възприемат целенасочен и систематичен подход към пазара, внимателно да обмислят своите приоритети и да управляват ресурсите си възможно най-ефективно. Основна предпоставка за повишаване ефективността на логистичните услуги е избора на подходяща стратегия.

ГЛАВА ВТОРА: АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО И ТЕНДЕНЦИИТЕ В РАЗВИТИЕТО НА ЛОГИСТИЧНИТЕ УСЛУГИ

Втора глава е насочена към анализ на състоянието, проблемите и тенденциите в развитието на логистичните услуги. Изведени са тенденциите в развитието на логистичните услуги в световен мащаб. Анализирана е позицията на България в света, Европа и Балканския полуостров според Индекса на логистичната ефективност – проучване, провеждано на всеки две години от Световната банка. Изследвано е развитието на логистичните услуги в страната от 2000 г. до настоящия момент като са разграничени три периода, съобразно определени критерии – от 2000 г. до 2009 г.; от 2009 г. до 2013 г.; и от 2013 г. до настоящия момент. Изведени са характеристиките на доставчиците на логистични услуги и на предлаганите логистични услуги в

страната и са очертани насоките на развитие на устойчивите логистични услуги в България.

Измененията в характера на търсенето на логистични услуги поражда определени процеси и тенденции в предлагането на логистични услуги и развитието и реструктурирането на логистичния сектор¹⁶ в световен мащаб, основните от които са:

- Разширяване на пакета от услуги и географския обхват, най-често, чрез сливания и изкупувания;
- Придвижване от предлагането на отделни стандартни услуги към предлагането на комбинация от услуги, в смисъл от „Втори партньор в логистиката” (2PL) към „Трети партньор в логистиката” (3PL);
- Придвижване от предлагането на комбинация от услуги към предлагане на комплексно обслужване, в смисъл от „Трети партньор в логистиката” (3PL) към „Водещ доставчик на логистични услуги” (LLP);
- Специализация в тесни пазарни ниши – продуктова, отраслова, регионална, обратна логистика;
- Появата и развитието на организации, предлагащи услуги (решения) за управление на цели вериги на доставките, известни като „Четвърти партньор в логистиката” (4PL);
- Широко използване на информационните технологии, особено на такива за автоматична идентификация и проследяване на товарите;
- Засилена ценова конкуренция и намаляваща норма на печалбата.

Значението на логистиката става все по-голямо, в резултат на което се повишават и темповете на растеж на логистичния сектор. С цел да се повиши равнището на обслужване и да се намалят разходите производствените и търговските организации в много случаи възлагат на външни доставчици своите логистични дейности.

Основните фактори, които влияят върху логистичния аутсорсинг и развитието на логистичния сектор са свързани с процесите на глобализация, които от своя страна водят до разширяване веригата на доставките. От друга страна, по-широкият географски обхват поставя редица предизвикателства пред логистичния сектор по отношение на разходите за логистични дейности, слабо развитата инфраструктура в някои региони, културни различия и други.¹⁷

Наложилата се пространствена концентрация на производството и запасите също дава отражение върху логистичния сектор, основно в следните направления:

¹⁶ Според П. Димитров логистичният сектор представлява съвкупността от доставчици на логистични услуги, Димитров, П. Тенденции в развитието на пазара на логистични услуги в България. Сборник доклади от международна конференция „Логистиката в теорията и практиката”, УНСС, С., 2008, стр. 14.

¹⁷ Филева, П. Усъвършенстване обслужването на клиентите на логистичния сектор в България. Дисертационен труд за присъждане на ОНС Доктор. УНСС, С. 2016, стр.37-57.

На първо място, с цел постигане на конкурентно предимство производството се концентрира на по-малко места, за да се гарантира качество на продуктите и да се осигури икономия от мащаба.

На второ място, с намаляване броя на местата за съхранение на запаси се намаляват разходите за запаси в резултат на понижаване на нивата на гаранционните запаси при запазване равнището на обслужване на клиентите.

Повишеното търсене на логистични услуги е следствие и на бързото развитие на електронната търговия. В тази насока, обаче се налага преструктуриране на веригата на доставките и готовност доставчиците на логистични услуги да осъществяват директен контакт с крайния потребител.

Степента на развитие на логистиката в дадена страна следва да се оценява обективно. Това е от основно значение за начертаване на точните насоки за действие на фирмено и национално ниво с цел нейното усъвършенстване. Най-важните критерии в това отношение са международните сравнения.

Индексът на логистичната ефективност притежава редица аналитични възможности за оценка на развитието на логистиката, които следва да се използват и за България. През 2007 г. България е на 55-та позиция (индекс 2,87) от 150 страни, а през 2010 г. на 63-та позиция (индекс 2,83) от 155 страни, т.е. налице е влошаване, както на относителната позиция на страната спрямо другите страни, така и по стойност на логистичната ефективност. И в двете изследвания България е след всички страни-членки на ЕС. България е включена и в следващите изследвания, което позволява да се направят сравнения, както във времето (между 2007 г. и 2018 г.), така и с други страни. В таблица 1. е представена обобщена информация за ИЛЕ за периода 2007 – 2018 г. по данни на Световната банка.¹⁸

Таблица 1.

Обобщена информация за ИЛЕ за периода 2007 – 2018 г. по данни на Световната банка

Година на проучването	Брой участвали страни	Първо място в класацията		Последно място в класацията		България в класацията	
		Страна	ИЛЕ	Страна	ИЛЕ	Позиция	ИЛЕ
2007	150	Сингапур	4,19	Афганистан	1,21	55	2,87
2010	155	Германия	4,11	Сомалия	1,34	63	2,83
2012	155	Сингапур	4,13	Бурунди	1,61	36	3,21

¹⁸ The World Bank. Logistics Performance Index. Достъпан на: <http://lpi.worldbank.org/>

2014	160	Германия	4,12	Сомалия	1,77	47	3,16
2016	160	Германия	4,23	Сирия	1,60	72	2,81
2018	160	Германия	4,20	Афганистан	1,95	52	3,03

Позицията на България в класацията на Световната банка е динамична, както и стойността на наблюдавания индекс. За периода 2007 – 2018 г. не могат да бъдат изведени категорични индикации за подобряване на състоянието на логистиката в страната. Най-добрата ни позиция е през 2012 г., когато в сравнение с предходния период България се изкачва с 27 места нагоре, а индексът нараства с 13,4%. През 2016 г., обаче както позицията на страната, така и стойността на индекса са най-ниски за целия период. Налице е спад с 25 места в глобалната класация в сравнение с 2014 г., а стойността на индекса намалява с 11%.¹⁹ През 2018 г., обаче позициите на България се подобряват значително – страната е на 52 място като се изкачва с 20 пункта нагоре. Стойността на индекса също се подобрява – от 2,81 на 3,03.

Последното проучване през 2018 г. показва, както положителни, така и негативни резултати. Особено положително е, че България се е изкачила с 20 позиции нагоре и е на 52 място от 160 страни. По отношение на някои от компонентите – ефективност на митническите процедури и организиране на международни пратки, резултатите също са добри – съответно 42 и 41 място в общата класация. Компонента компетентност на местния логистичен сектор е на позиция, приблизително отговаряща на позицията на страната – 55. Наблюдава се, обаче много ниска позиция на компонента навременност и надеждност на доставките – 65 място, в сравнение с останалите компоненти. Сходна е ситуацията и при компонента качество на транспортната и комуникационната инфраструктура – 64 място. За сравнение, оценките за качеството на инфраструктурата заедно с ефективността на митническите процедури са най-ниски през целия 10-годишен период – до 2016 г. За 2016 г., по показателя ефективност на митническите процедури България заема 101 място, а по показателя логистична инфраструктура заема 97 място, от общо 160 страни, които участват в проучването.

Основният извод е, че слабо място на логистиката в страната е логистичната инфраструктура. За нейното подобрене са необходими целенасочени съвместни усилия от страна на държавата и логистичния сектор.

Резултатите от проведени изследвания на логистичния сектор, като цяло, и логистичните услуги в страната за периода от 2000 г. до съвременни

¹⁹ Благоева, С. Актуални проблеми на развитието на логистиката в България. Сборник с доклади от международна научно-практическа конференция „Съвременната логистика – бизнес и образование”, Изд. Наука и икономика, ИУ, Варна, 2017, стр. 26.

условия дават възможност да се очертаят основните тенденции на развитие в тази насока.²⁰

Развитието на логистичния сектор в страната до голяма степен се затруднява от условията, които предлага макросредата. Логистичната инфраструктура, собственост на държавата, изостава значително в своето развитие, независимо от целенасочените усилия в последните години в някои области, основно в сферата на сухопътните инфраструктурни логистични обекти. Пред последните години обемът на извършваните логистични дейности расте, което показват данните за обема на изградените логистични площи на територията на България, които са се удвоили спрямо 2009 г. Независимо, че темпът е по-бавен, логистичният сектор се развива. За 10 години, в периода 2003 г. – 2013 г. общият брой на организациите в логистичния сектор се увеличава с 16%, но структурата му се запазва.

Налице е промяна по отношение на типа организации в логистичния сектор. Значението на чисто спедиционната дейност сред доставчиците на логистични услуги в България намалява. Процентът на спедиторите намалява за сметка на транспортните, транспортно-спедиторските и логистичните организации. От организациите, които са създадени в последните 5 години, не е малък дела на куриерските. Секторът е съставен основно от малки организации, като половината от тях декларираат обем продажби за последната година в размер до 1 млн. лв.

Положителна тенденция е разширяването на пакета от логистични услуги, които организациите в България предлагат. Около 1/3 от организациите предлагат над половината от основните логистични услуги. На пазара на логистични услуги в България преобладават традиционните услуги, свързани с транспорт, складиране и спедияция.

Доставчиците на логистични услуги притежават необходимите знания, свързани с оптимизиране и управление на транспортните дейности, но се нуждаят от познания, свързани с оптимизиране на логистичната мрежа и прилагане на логистичните технологии. На тази основа, в дългосрочен план организацията може да намали конкурентните си предимства. Доставчиците на логистични услуги, обаче имат необходимите умения за водене на преговори, избор на партньори и дейностите по анализ и контрол на разходите и обслужването на клиентите.

Сравнителният анализ между големите и малките доставчици на логистични услугите, разполагаемите от тях ресурси и предлаганото равнище на обслужване показва, че:²¹ логистичните услуги, които изискват персонал със специфични знания и умения са по-добре развити при големите организации. Такива услуги са: управление на запасите и закупуването, разработване и внедряване на индивидуални логистични решения и решения за управление на веригата на доставките; големите организации са по-добре осигурени с необходимите технико-технологичните ресурси; образованието и

²⁰ Филева, П. Усъвършенстване обслужването на клиентите на логистичния сектор в България. Дисертационен труд за присъждане на ОНС Доктор. УНСС, С. 2016, стр.158-165.

²¹ Пак там., стр.163.

квалификацията на служителите са сходни и при двата вида организации; по-големите организации се отличават с по-добри компетентности и знания, свързани с управление на складовата дейност; всички организации използват софтуерни продукти, свързани с изпълнението на поръчките, но за обработването на поръчки, по-често софтуерни продукти използват големите организации; големите организации работят целенасочено за изграждане на стратегически партньорства с клиентите като основните параметри на техните взаимоотношения с клиентите са съвместимост на целите и изграждане, обмен и съвместимост на показателите на дейността.

В обобщение, в настоящите условия развитието на логистиката е силно повлияно от нарастването на значението на логистичните услуги за националната икономика. Логистиката навлиза все по-осезаемо в сферата на услугите, включително налагане на управление на веригата на доставките като вид услуга. Едновременно с това, усилията на макро и микроравнище се фокусират към предотвратяване на негативното въздействие на логистиката върху околната среда. През последните години вниманието все повече се насочва към зелената логистика, устойчивата логистика, зелените вериги на доставка и тяхното управление.²²

ИЗВОДИ НА ВТОРА ГЛАВА:

- Основните тенденции в развитието на пазара на логистични услуги в страната са: търсенето на логистични услуги в страната непрекъснато нараства като очакванията са тази тенденция да се запази в близкото бъдеще; като основни клиенти на логистични услуги се очертават малките и средни предприятия от обработващата промишленост, строителството, вътрешната и външната търговия; пазарът на логистични услуги в страната е високо конкурентен; на българския пазар за логистични услуги се предлага богата гама от услуги със сравнително широк географски обхват; налице е тенденция на увеличение на предлагането на комплексни логистични услуги за сметка на единичните; логистичният сектор в страната е в процес на интензивно развитие; в страната функционира голям и нарастващ брой организации, предлагащи логистични услуги; по-голямата част от тях разширяват техническите си възможности, чрез придобиване на собствени складове и транспортни средства, както и внедряване на съвременни информационни технологии; в страната функционират логистични организации от типа „Трети партньор в логистиката“, някои от които за определени клиенти се явяват като „Водещ доставчик на логистични услуги“ като тенденцията е дела на тези организации да нараства. Пазарът на логистични услуги в България показва, че той е в

²²Благоева, С. Актуални проблеми на развитието на логистиката в България. Сборник с доклади от международна научно-практическа конференция „Съвременната логистика – бизнес и образование“, Изд. Наука и икономика, ИУ, Варна, 2017, стр. 31-32.

процес на развитие и следва тенденциите в развитието на пазара на логистични услуги в света.

- Развитието на пазара на логистични услуги в страната, независимо, че следва общите световни тенденции определено изостава от развитието на пазара на логистични услуги в страните с развита пазарна икономика в следните направления: преобладава предлагането на традиционни услуги - транспортни, спедиторски, складови и свързаните с тях услуги по обработване на стоките, митническо обслужване и други; сравнително по-ограничено е предлагането на комплексни логистични услуги - по управление на снабдяването и дистрибуцията на клиентите; на логистичния сектор доминират малки организации и доставчици на единични услуги; със сравнително нисък дял са логистичните организации от типа „Трети партньор в логистиката“ и „Водещ доставчик на логистични услуги“; сега започва развитието на организации от типа „Четвърти партньор в логистиката“; ниска степен на използване на съвременни информационни технологии за автоматична идентификация на стоките; недостатъчно познаване на логистичните проблеми на клиентите от страна на доставчиците, в резултат на което се предлагат отделни услуги, а не цялостни логистични решения;
- Позицията на България в класацията на Световната банка за периода 2007 – 2018 г е динамична, както и стойността на Индекса на логистичната ефективност. Най-добрата ни позиция е през 2012 г. – 36 място, когато в сравнение с предходния период България се изкачва с 27 места нагоре, а индексът нараства с 13,4%. През 2016 г., обаче както позицията на страната, така и стойността на индекса са най-ниски за целия период – 72 място и 2,81 индекс. Налице е спад с 25 места в глобалната класация в сравнение с 2014 г., а стойността на индекса намалява с 11%. През 2018 г. позицията на България е 52 място, което показва значително подобряване в сравнение с 2016 г. – с 20 места нагоре.
- Не се наблюдават съществена промени в характеристиката на предлаганите логистични услуги в периода 2000 – 2016 г. Преобладават услугите, свързани с транспорта, и основно с автомобилния транспорт, услугите, предоставящи основните складови дейности и някои административни услуги. Малко на брой са предприятията, които предоставят услуги, добавящи стойност, свързани с физическото реализиране на материалните потоци. Наблюдава се положителна тенденция по отношение на някои управленски услуги като планиране и управление на доставките, разработване и внедряване на логистични решения и решения за управление на веригата на доставките.
- Основните насоки за подобряване състоянието на логистиката в страната са: модернизиране и развитие на логистичната инфраструктура, особено в частта транспортна инфраструктура и

интермодални терминали; повишаване на ефективността на митническите процедури; инвестиции в информационни технологии в областта на логистиката; повишаване на логистичната компетентност и други.

- Логистиката навлиза все по-осезаемо в сферата на услугите, включително налагане на управление на веригата на доставките като вид услуга. Едновременно с това, усилията на макро и микроравнище се фокусират към предотвратяване на негативното въздействие на логистиката върху околната среда. През последните години вниманието все повече се насочва към развитие на устойчивата логистика и базираните на нея устойчиви логистични услуги.
- Логистиката и логистичните услуги в стопанската сфера в страната се развиват и следват световните стандарти. На логистичния пазар в страната оперират чуждестранни и български логистични фирми, които са на високо ниво. Натрупаният опит в сферата на бизнес логистиката и постигането на много добри финансови резултати се явява важна предпоставка за развитието на логистичния сектор в социален аспект и за подобряване състоянието на логистиката и логистичните услуги, които се извършват в организациите от нестопанската сфера – здравеопазване, социална сфера, образование и други.

ТРЕТА ГЛАВА. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ЛОГИСТИЧНИТЕ УСЛУГИ В РАЗВИТИЕТО НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ СОЦИАЛНИ ПОЛИТИКИ

В трета глава са анализирани възможностите за използване на логистичните услуги в развитието на европейските социални политики. Очертани са основните насоки във визията и действията на Европейския съюз за социалната политика. Изведено е определение за социална логистика, открити са областите на приложение на социалната логистика и ролята ѝ за развитието на социалната политика. Изследвана е взаимовръзката между социалната логистика и сигурността. Направен е сравнителен и критичен анализ на научните и научноприложни постановки на концепцията за корпоративната социална отговорност и е изследвана връзката между социално ориентираната бизнес логистика и тази концепция. Очертани са основните насоки на европейската политика за социалната отговорност на логистиката и мултимодалния транспорт. Разработен е SWOT – анализ на социалните практики, прилагани от доставчиците на логистични услуги в страната и ползите за тях.

В съвременните условия “въпросите, свързани със социалната политика, придобиват все по-голяма важност и актуалност. Социалната политика включва широк кръг от елементи, между които се осъществяват социални взаимоотношения в резултат на влиянието на редица фактори. Това в известна степен затруднява точното дефиниране на съдържанието и обхвата на социалната политика”.²³ На социалната политика трябва да се гледа като

²³ Христова, Св. и Хр. Христов. Социална политика. Изд. къща Сиела, С. 1999, стр. 10-11.

на комплекс от политики, които насърчават и правят възможно социалното включване и личната реализация на хората. Социалната политика се разглежда като политика на партньорство между гражданите, бизнеса, нестопанските организации, социалните партньори и държавата.

Според Терзиев “социалната политика стои в основата на развитието и управлението на всяка страна. Независимо от това, че върху нея оказват влияние голям брой фактори и проблеми, тя до голяма степен определя физическото и психичното състояние на населението, както и взаимоотношенията и взаимовръзките между хората. От друга страна, социалната политика дава възможност за по-глобално изучаване и решаване на жизнено важни социални проблеми на гражданското общество. На базата на програмите и действията на политическите партии и на държавните органи се очертават насоките за развитие на обществото”.²⁴

Правното основание за социалната политика и политиката по заетостта в Европейския съюз е съобразно чл. 3 от Договора за Европейския съюз (ДЕС) и членове 9, 10, 19, 45—48, 145—150 и 151—161 от Договора за функционирането на Европейския съюз (ДФЕС).²⁵

Основните цели на Европейския съюз и неговите държави членки в социалната област и в областта на заетостта, съгласно член 151 от ДФЕС са насърчаване на заетостта, подобряване на условията на живот и труд, подходяща социална закрила, социален диалог, развитие на човешките ресурси с оглед високо и устойчиво равнище на заетост и борба с изключването от социалния живот.

Реализирането на тези цели еволюира, в резултат на което се обособяват няколко етапа. Тези етапи условно могат да се разграничат на основата на сключването на договори със стратегическо значение в рамките на Европейския съюз: от сключването на договора от Рим до договора от Маастрихт; от сключването на договора от Амстердам до договора от Лисабон; развитие след сключването на договора от Лисабон.

Страните от Европейския съюз реагират като развиват в държавния сектор пазарно ориентирани стратегии, предоставят помощи и услуги, ориентирани към потребителите и наблягат на изхода отколкото на входа на системата за социално подпомагане. Възприетите решенията са в рамките на схемите „повече пазар - по-малко държава” и „повече доброволно - по-малко професионално” ангажиране. Социалното измерение на европейската интеграция се развива в значителна степен през годините, но процеса продължава. То е ключов аспект на стратегията „Европа 2020“, която цели да гарантира „приобщаващ растеж“ с високо равнище на заетост и намаляване

²⁴ Терзиев, В. Политики и инструменти за социално развитие. Академия за иновации и устойчивост, Пловдив, 2018, стр. 25

²⁵ Kraatz, S. Социална политика и политика по заетостта: общи принципи, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/bg/sheet/52/social-and-employment-policy-general-principles>, 10. 2018 – последно посетен на 09.08.2019

броя на хората, живеещи при условия на бедност или риск от социално изключване.²⁶

Социалните услуги са дейности за подпомагане на лица и семейства, които са затруднени или не са в състояние да задоволят своите основни жизнени потребности. Тези услуги се извършват от държавата и общините, от физически и юридически лица след лицензиране.

Съвременните тенденции в логистиката могат да предложат възможности за оптимизиране процеса на предоставяне на социални услуги като се разработят схеми от типа Трети партньор в логистиката (3PL), който да осигурява една точка за контакт на клиентите като организира и управлява дейностите на отделните звена и елементи, свързани с предоставянето на социалната услуга, и от типа Четвърти партньор в логистиката (4PL), който да координира и контролира цялостната дейност по предоставяне на социалните услуги, изпълнявани от предходния тип доставчик.

В съвременните условия се налага идеята за приложение на логистиката в области, които не са свързани, нито с военната, нито с бизнес сферите, в резултат на което се идентифицира трета област с наименованието социална логистика. Социалната логистика има за цел да въведе социален (човешки) фактор в системите и да приложи логистични принципи и методи при решаването на проблемите на обществото.²⁷ Социалната логистика може да се определи като изкуство да се управляват социално значими материални потоци (и свързаните с тях информационни потоци), за да се постигнат определени пространствени и времеви предимства, необходими за осигуряване на правилното функциониране на обществото и осигуряване на адекватно качество на живот.²⁸

Понятието социална логистика (логистика на социалните потоци и процеси) е свързано, но не е идентично с понятието социално ориентирана логистика (изучаване на проблемите, свързани с влиянието на транспорта върху околната среда, опаковането, преработката и обратната логистика). За разлика от социално ориентираната логистика, социалната логистика не разглежда логистиката на материалните блага и услуги.

Социалната логистика обхваща разнородни области на знанието като теория на масовото обслужване, социология, икономика, управление на системите и ергономия. Целта е постигане на синергичен ефект в социалната система. За социалната логистика е важно да се направят незначителни жертви от страна на всеки индивид, които обаче носят допълнителна полза (по-висша от общите разходи) за обществото като цяло.

Публичната сфера се явява ново поле за приложение на логистиката. Връзката е логична, тъй като практически всички логистични дейности се

²⁶Kraatz, S. Социална политика и политика по заетостта: общи принципи, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/bg/sheet/52/social-and-employment-policy-general-principles>, 10. 2018 – последно посетен на 09.08.2019

²⁷Андрющенко, А. Социальная логистика: инновационный механизм управления процессом консолидации общества, Социологический альманах, № 3, 20102, стр. 48-54

²⁸Kołodziejczyk, P., J. Szołtysek, Epistemologia logistyki społecznej, Przegląd Organizacji, Nr 4/2009, pp. 21

осъществяват с участието на хора, в социалната сфера пряко или непряко се отнасят до хората, и като резултат обслужват хората. Налага се разбирането, че е необходимо да се отчитат потребностите и изискванията на отделния индивид, а не само на големи групи от хора (колективи, персонала в предприятие и други), което също определя ролята на логистиката в социалната сфера.

Друга причина за развитието на социалната логистика е утвърждаващата се тенденция за постигане на устойчиво развитие, опазване на околната среда и повишаване на корпоративната социална отговорност.

Според нас **социалната логистика** е многоаспектно понятие, което включва приложение на логистичната концепция, основана на интегриране и оптимизиране на материалните и човешките потоци и съпътстващите ги информационни потоци, чрез логистичните инструменти, към осигуряването на обществени сфери и дейности, които пряко или косвено са свързани със здравето на хората, качеството им на живот и тяхната сигурност и безопасност.²⁹

Най-важното условие за развитието на социалната логистика, обаче е осъзнаването на нейната насоченост към потребностите на обществото. Точното изпълнение на основните седем задачи на логистиката, а именно доставка на точния продукт, в точното време, на точното място, в точните количество и качество, на точната цена (от гледна точка на потребителите) и на точните потребители, е задължително, но при социалната логистика потребностите на обществото и повишаване качеството му на живот са основополагащи.

Социалната логистика се утвърждава на основата на целесъобразността на приложение на логистичния подход в публичната сфера. Приложението на логистичните принципи в публичната сфера е основно в следните **направления**:³⁰ управление на кризи, главно при оказване на хуманитарна помощ; логистични услуги, свързани със здравеопазването; оптимизация на логистиката в областта на управлението на голяма маса от хора, основно при управлението на им при публични събития, при организирането на публични избори и други.

Новите приложения на логистиката, които формират социалната логистика могат да бъдат разделени в три групи, на основата на критерия честота на приложение в практиката. (Таблица 2.)

²⁹ Авторско определение

³⁰ Шолтысек, Я. Социальная логистика – новое направление развития теории и практики логистики. Терминология в логистике и SCM. № 2 (43), април 2011, <http://www.lscm.ru/index.php/ru/po-godam/item/1068> - последно посетен на 12.02.2019

Таблица 2.

**Области на приложение на социалната логистика, разделени по
критерия периодичност на приложение**

С постоянно действие	С периодично действие – с начало и край	При необходимост
Логистика на кръвните ресурси	Логистика на изборите	Хуманитарна помощ
Логистика на здравеопазването	Логистика на спортните мероприятия	Логистика на транспорта
Логистика на затворите	Логистика на масови мероприятия, провеждани в определени постоянни места	Логистика при трансплантологията
Логистика на туризма		Логистика на масови мероприятия
Градска логистика		Логистика на превозването на опасни товари
Логистиката при обслужване на безработни, хора с увреждания и хора в неравностойно положение		Логистика за поддържане на реда в публичното пространство
		Логистика на социалното послание

Социалната логистика съдейства за повишаване на сигурността на страната, чрез нейните компоненти логистика на здравеопазването и свързаните с нея логистика на кръвните ресурси и логистика на трансплантологията; градска логистика; логистика при обслужване на безработни, хора с увреждания и хора в неравностойно положение; логистика на спортните мероприятия; логистика на превозването на опасни товари и други. В тази насока социалната логистика се грижи не само за здравето и качеството на живот на хората, но и съдейства за повишаване на тяхната безопасност и осигуряване на работни места.

Социалната логистика се утвърждава на основата на приложение на логистичния подход при осигуряване на мероприятия и събития, за които сигурността е изключително важна като логистиката при управление на кризи; логистика при оказване на хуманитарна помощ; организация на логистиката при управлението на голяма маса от хора при публични събития и при организирането на публични избори; логистика за поддържане на реда в публичното пространство, логистика на затворите и други.

Съвременните тенденции в областта на логистиката са насочени към нейното развитие в устойчиво направление, което се изразява в постигане на баланс между икономическите интереси, от една страна, и екологичните и социалните интереси на отделния човек, обществото и планетата, от друга страна. Стремeжът към балансирано развитие на трите измерения на логистиката – икономическо, екологично и социално, пряко води до постигане на по-голяма сигурност в национален мащаб.

Развитието на социално ориентираната логистика се основава на концепцията за корпоративната социална отговорност.

Социално ориентираната логистика е механизъм за оптимално разпределение на първични (произведени) ресурси, като се отчита ефективността на тяхното използване в социално значими области и механизма за планиране на цикличния характер на преработката на новосъздадени материали и продукти с помощта на нови методи и технологии.³¹

Социално ориентираната логистика се разглежда и като специална форма на логистична дейност, резултатите от която се изразяват не толкова с икономически ефект, а със социален ефект под формата на социално значими последици от тази дейност, като в повечето случаи могат да станат основна цел на нейното изпълнение. Съотношението на тези два ефекта – икономически и социален, и техният приоритет до голяма степен определят мисията, целите, източниците на инвестиране и управлението на логистичните структури със социална ориентация.³²

Приложението на корпоративната социална отговорност в логистичната индустрия може да доведе до подобряване на финансовата ефективност и диференциране от конкурентите, вместо традиционните инструменти, свързани с ценовата конкуренция.

Политиката на Европейския съюз към логистиката е насочена към постигане на устойчивост и социална отговорност.

Виждането на европейския парламент относно логистиката в Европейския съюз и мултимодалния транспорт (2015/2348(INI)) е, че модерният ефикасен транспорт и логистика са от решаващо значение за ефективното функциониране на вътрешния пазар на Европейския съюз и са важен фактор за осигуряването на конкурентоспособност, създаването на нови възможности за стопанска дейност и заетост, опазването на околната среда, смекчаването на последиците от изменението на климата и намаляването на емисиите на въглероден двуокис в транспорта.

Една от целите на Бялата книга на Комисията за транспорта е да се постигне прехвърляне на 30% от товарите в автомобилния транспорт над

³¹Кейвановой, Е. В., Формирование социально ориентированной логистики, журнал Логистак, № 5, 2014, <http://loglink.ru/massmedia/analytics/record/?id=1565> – последно посетен на 15.02.2019

³²Новиков, Д., Жарикова, В. В. и Н. А. Чайникова, Социально ориентированная логистика: цели, задачи и экономическая эффективность, журнал Логистика, № 9, 2014, Кейвановой, Е. В., Формирование социально ориентированной логистики, журнал Логистак, № 5, 2014, Кейвановой, Е. В., Сущность социально ориентированной логистики и ее роль в общественной жизни, журнал РИСК, № 2, 2014 <http://loglink.ru/massmedia/analytics/record/?id=1565> – последно посетен на 15.02.2019

300 км към по-устойчиви видове транспорт, като железопътен и воден транспорт, до 2030 г. и над 50% от тези товари до 2050 г., което изисква развитие на подходяща инфраструктура, като се има предвид, че европейската политика в областта на транспорта и международните коридори могат да дадат важен принос за постигане на целите на Съюза, свързани с климата, и целите на Парижкото споразумение, подписано в рамките на 21-вата конференция на страните по Рамковата конвенция на ООН по изменение на климата.

В основата на развитието на устойчивите логистични услуги е концепцията за устойчивото развитие и респективно неговите три стълба – икономически, екологичен и социален. В предоставянето на устойчиви логистични услуги в световен мащаб се запазва тенденцията за водещата роля на икономическия аспект, но екологичните и социални аспекти непрекъснато увеличават своето значение за потребителите, което води до нарастване на техните очаквания и изисквания към обслужването. Устойчивите логистични услуги се превръщат в необходимост за конкурентно и устойчиво развитие на компаниите от логистичния сектор.

Социалното измерение на устойчивата логистика е свързано с прилагането на социални практики от доставчиците на логистични услуги.

Основните насоки, в които се изследва степента на прилагане на такива практики от организациите в логистичния сектор, са условията на безопасност и предприемане на социални мерки по отношение на служителите и обществото. (Таблица 3.)

Таблица 3.

Показатели за оценка на социалните измерения на доставчиците на логистични услуги

Условия за безопасност	Мерки за подобряване на условията за безопасност	Мерки към служителите	Мерки към обществото
Ергономични работни места	Медицински прегледи преди назначаване	Обучение на новопостъпили служители	Промотиране на еко проекти
Защита на здравето (например от вредни емисии, лъчения и други)	Профилактични медицински прегледи	Програми за регулярно обучение и развитие	Наемане на дългосрочно безработни
Защита от инциденти при транспорта	Обучения за безопасна работа	Редовни проучвания на удовлетвореността на служителите	Обучение на стажанти
Защита от инциденти	Подобрения на	Индивидуално	Обучение на

в зоните за съхранение	системите за сигурност на транспортната и складова техника	работно време	инвалиди
Защита от инциденти в зоните на товарене/разтоварване	Сътрудничество с клиенти	Възможности за кариерно развитие	Друга подкрепа за социални проекти (например организационна или управленски)
	Сътрудничество с други логистични фирми	Финансово стимулиране при добри резултати	Дарения за социални проекти
		Грижа за децата на служителите	

Прилагането на социални практики от доставчиците на логистични услуги и ползите могат да се изследват на основата на SWOT-анализа (Таблица 4.).³³

Таблица 4.

SWOT- анализ
Социални практики, прилагани от доставчиците на логистични услуги и ползите за тях

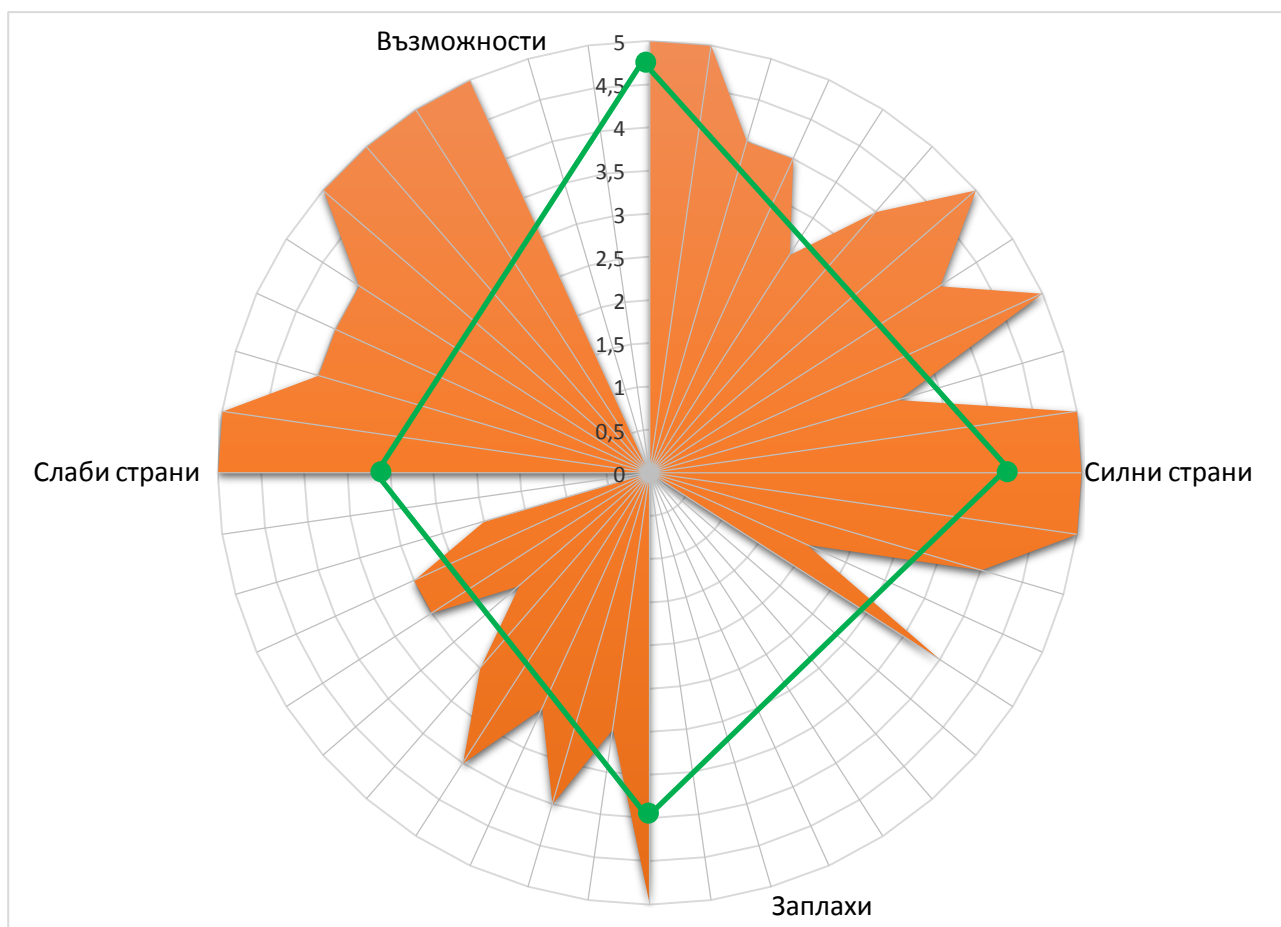
Силни страни	Тегло	Слаби страни	Тегло
1. Конкурентоспособно развитие	5	1. Недостатъчно ергономични работни места	5
2. Устойчиво развитие	5	2. Слабо застъпени предварителни и профилактични медицински прегледи	3
3. Добри условия за безопасност на труда	4	3. Слабо застъпено обучение на стажанти	4
4. Обучение за безопасна работа	4	4. Слаби социални мерки по отношение на обществото	3
5. Безопасност на техниката, свързана с логистичните дейности	3	5. Недостатъчна грижа за кариерното развитие на служителите	4
6. Социална устойчивост на предлаганите услуги	4	6. Слабо застъпено гъвкаво индивидуално работно време	3
7. Обучение на новопостъпилите	5	7. Слабо застъпена грижа за	2

³³ Показателите и техните тегла – от 1 до 5, в SWOT-анализа са определени въз основа на резултатите от проведеното проучване - Раковска, М., Михова, Л. и кол. Логистичният сектор в България – състояние и насоки за развитие. ИК – УНСС, С., 2017, стр. 177-182

служители		децата на служителите	
8. Финансово стимулиране на персонала	4	8. Слабо застъпено обучение на хора в неравностойно положение	3
9. Проучване на удовлетвореността на служителите	5	9. Слабо промотиране на екологични проекти	3
10. Дарения за социални проекти	3	10. Слабо застъпено наемане на дългосрочно безработни	2
11. Екологични практики за запазване на здравето на служителите, хората и обществото	5		
Възможности	Тегло	Заплахи	Тегло
1. Световни тенденции в прилагането на социални практики от доставчиците на логистични услуги	5	1. По-големи инвестиции – нарастване на разходите	5
2. Стандарти на ЕС и международни стандарти. Системи за управление на околната среда и серия стандарти 14001	5	2. Ненадеждни подизпълнители	5
3. Стратегия 2020 на ЕС	4	3. Липса на механизъм за точно определяне на ползите от прилагане на социалните практики	4
4. Държавно регулиране – програми за насърчване и подпомагане на бизнеса в изпълнение на устойчиви практики	4	4. Ниска степен на сътрудничество с други логистични фирми	2
5. Закон за здравословни и безопасни условия на труд	4	5. Не добра обща организационна култура	4
6. Нараснали очаквания и изисквания на потребителите	5		
7. Подобрен имидж	5		
8. Конкурентни предимства	5		
9. По-добри, дори лидерски позиции на пазара	5		

Разгледаният SWOT-анализ е представен графично на Фигура 1.

Фигура 1. SWOT- анализ на социалните практики, прилагани от доставчиците на логистични услуги и ползите за тях



Фигура 1. показва, че развитието на социалните практики, прилагани от доставчиците на логистични услуги е в правилната насока и ползите за тях са видни. Необходима е, обаче целенасочена работа в следните направления:

- Поддържане и усъвършенстване на положителните условия и тенденции в прилагането на социални практики;
- Набелязване на мерки за постепенно преодоляване на слабостите, изразяващи се в липсата или слабата застъпеност на някои социални практики;
- Проучване и анализ на положително влияещите фактори от макросредата и възползване от тях в максимално възможна степен;
- Проучване и анализ на негативно влияещите фактори от макросредата и набелязване на мерки за намаляване на отрицателните последици.

На основата на направените анализи на развитието на социалните практики на доставчиците на логистични услуги и ползите за тях може да се направи извода, че е целесъобразно да се разработва и реализира от доставчиците на логистични услуги ефективна конкурентна политика и стратегия за прилагане на социални практики.

В тази насока е необходимо: изучаване и определяне на практиката на конкурентите – други доставчици на логистични услуги, при прилагането на социални практики; определяне и оценка на ключовите мерки на социалните практики, които ще превърнат организацията в предпочитан доставчик на логистични услуги; оценка на всеки вариант на социални практики по отношение на икономическата и социална ефективност; избор и формулиране на най-подходящата за доставчика на логистични услуги стратегия за подобряване на социалните измерения на своята дейност; приемане на програма за социални практики, която да осигурява подобряване на имиджа и привличане и задържане на клиенти, делови партньори и инвеститори; и извършване на системен, цялостен контрол и оценка на резултатите от прилагането на социални практики, установяване на отклоненията от приетите стандарти и правила, както и от стратегията и политиката на организацията, разкриване на причините за тези отклонения и приемане на решения за коригиране на действията, съобразно конкретната ситуация.

ИЗВОДИ НА ТРЕТА ГЛАВА:

- Социална политика е насочена към съвкупността от регулиращи въздействия на държавата (общината) с цел осигуряване на равенство и справедливост в рамките на икономическите възможности на обществото при задоволяване на основните жизнени потребности на хората. Потребностите на отделния индивид и обществото като цяло са в основата на социалната политика. На тази основа, социалната политика включва всички елементи, регулиращи въздействия на държавата (общината) и дейности, които са насочени към оптималното задоволяване на тези потребности, повишаване на качеството на живот и тяхната безопасност.
- Предоставянето на социални услуги в страната се характеризира с разпръснатост на отделните елементи на услугата между различни институции и звена и пространствена разпокъсаност, което от своя страна води до огромен разход на времеви и финансов ресурс за клиентите. Съвременните логистични инструменти могат да предложат възможности за оптимизиране на процеса на предоставяне на социални услуги. Важно е и приложението на съвременните информационни технологии, които позволяват мониторинг и координация на всеки етап от предоставянето на социалната услуга.
- Дейности като логистиката и маркетинга, чрез съвременните им проявления – социална логистика и социален маркетинг, също могат да се разглеждат като елементи на социалната политика. Най-важното условие за развитието на социалната логистика и социалния маркетинг като елементи на общата социална политика е осъзнаването на тяхната насоченост към потребностите на обществото като цяло и на отделните индивиди, повишаване на качеството на живот, опазване на околната

среда и постигане на устойчиво развитие. Социалният маркетинг популяризира идеите в тази насока, а социалната логистика ги реализира на практика.

- В социален аспект логистиката трябва да се развива в следните три направления: социална логистика; социално ориентирана бизнес логистика, основана на концепцията за корпоративната социална отговорност; и прилагане на социални практики от доставчиците на логистични услуги.
- Социалната логистика изцяло се базира на логистичната концепция, но при нея вместо икономическата система се разглежда обществената система, а отделните индивиди и връзките между тях се възприемат като елементи и съответните връзки на логистичната верига. Тези приложения на логистиката се основават на основните логистични постановки и принципи, но те имат конкретна социална насока. Целта на управлението на материалните потоци и съпътстващите ги информационните потоци в тези области е постигане на желания социален ефект, който се измерва със степента на задоволяване на основните обществени потребности. При социалната логистика, членовете на обществото не са просто потребители, които купуват стоки или услуги, а хора, които се нуждаят от защита и по-високо качество на живот. Приложенията на логистиката в социалната сфера са свързани с основните граждански права като правото на хората да бъдат защитени, здрави и да решават житейския си път на различни нива. Реализирането на социалната логистика в обществената сфера изисква активна държавна намеса и изграждане на необходимите логистични структури на национално, областно и общинско ниво, назначаването на специалисти логистици и използването на натрупания опит в сферата на бизнес логистиката.
- Националната, в т.ч. икономическата и социалната сигурност пряко се влияят от качеството на управление на ограничените национални ресурси в условията на алтернативни обществени цели и поредица от заплахи и смущения на икономическия процес. Основна задача е ефективното маневриране с ресурсите и начините за постигане на ресурсна гъвкавост. Съвременният логистичен подход и неговите инструменти дават възможност за оптимизиране на разходите и ресурсите, съобразно конкретно поставените цели. Социалната логистика има важна роля за осигуряване и повишаване на националната сигурност в следните направления: оптимално разходване на ресурсите; грижа за здравето, безопасността и заетостта на населението; логистика на дейности и мероприятия, за които сигурността и защитата на населението са основен приоритет; постигане на устойчиво развитие, чрез икономическите, екологични и социални измерения на логистичните дейности.

- Корпоративната социалната отговорност е елемент на организационната култура, която изисква изпълнение на доброволно поетите от фирмите ангажименти, при което личната изгода и частните корпоративни интереси отстъпват на заден план и се утвърждава нова визия за корпоративни ценности. Бизнес практиката дава нагледни примери за това, че социално отговорните компании разгръщат по-успешен бизнес. В този смисъл корпоративната социална отговорност е значим икономически фактор, който води до създаване на добавена стойност и ползи в дългосрочен план.
- От представените инициативи за приложение на корпоративната социална отговорност във водещи в икономическо отношение страни в Европа като Германия и Австрия може да се направи извода, че за тези страни приложението на корпоративната социална отговорност е национална политика. Тя се реализира с активното участие на съответните министерства и държавни институции, базира се на законово регулиране и непрекъснато се търсят възможности за нейното развитие. Инициативите са насочени, както към стимулиране на бизнеса в тази насока, така и към обществото, околната среда и приоритетно към хората с увреждания и в неравностойно положение. В България, добрите практики за корпоративно социално отговорно поведение се развиват, но все още липсва активна държавна политика в тази насока.
- Развитието на социално ориентираната логистика се основава на концепцията за корпоративната социална отговорност. Социално ориентираната логистика се базира върху естеството на съотношението между социалните и икономическите ефекти. Характерна особеност на социално ориентираната логистика е нейното устойчиво функциониране и развитие, независимо, че свързаните с нея разходи са по-големи. Общият икономически ефект от тази логистика се формира не само от директната пазарна реализация на логистични услуги, но и от положителните последици от социално значимите трансформации. Целта е получаване на социален ефект, който в дългосрочен план може многократно да надвишава основния икономически ефект и разходите и да осигурява по-голям имидж и конкурентни позиции на компаниите на пазара.
- Политиката на Европейския съюз в областта на логистиката и товарния транспорт има за цел да улеснява поддържането на благоприятна среда, преодоляването на трудностите и използването на потенциала за растеж и заетост в сектора на фона на променящите се икономически и социални тенденции, динамичните технологични промени и все по-глобализираната търговия. Нарастващите енергийни разходи, необходимостта от намаляване на емисиите на CO₂, конкуренцията за привличането на таланти и работници и служители в застаряващите общества, ускоряването на цифровизацията и автоматизирането и

автономното функциониране на превозните средства и обработката, все по-интегрираните вериги на доставки и осъществяваната контейнеризация са израз на широк спектър от предизвикателства и възможности, които оказват въздействие върху логистичния сектор.

- Основните социални практики, прилагани от доставчиците на логистични услуги в страната са насочени към осигуряване на много добри условия на безопасност, които са специфични за логистичния сектор и развиване на мерките за сигурност. Водещите доставчици на логистични услуги в страната – български и чуждестранни, разработват комплексни програми за социални мерки за подобряване на условията на труд, повишаване удовлетвореността на своите служители и в полза на обществото и околната среда. Те считат, че човешкият ресурс е най-ценният им актив, затова полагат особени грижи за своите служители, а в същото време социалните практики, насочени към обществото и околната среда подобряват техния имидж и позициите им на пазара.
- Използването на логистичните услуги за развитието на социалните политики на европейско, национално и локално ниво се основават на приложението съвременните логистични инструменти, които налагат интегриране и координиране на логистичните дейности с цел оптимизиране на времето за тяхното изпълнение и съвкупните разходи за логистика, но от гледна точка на потребностите и изискванията на отделния индивид и обществото като цяло.

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА. ИНСТРУМЕНТАРИУМ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА СОЦИАЛНИТЕ ИЗМЕРЕНИЯ НА ЛОГИСТИЧНИТЕ УСЛУГИ

В четвърта глава са изведени инструменти за прилагането на европейските социални практики, които са свързани с логистичните инструменти и взаимно се допълват. Изследвано е взаимодействието между логистиката и маркетинга и е открито ролята на приложение на системите за управление на взаимоотношенията с клиентите (CRM) като предпоставка за социалното поведение на организацията. Изведени са характеристиките на социалния маркетинг в две направления на приложение – в публичния сектор и в бизнес сферата и са очертани аспектите на взаимодействие между социалната логистика и социалния маркетинг с цел постигане на синергичен ефект за развитието на социалните политики. Предложени са и модели за подобряване на социалните измерения на логистичните услуги в две насоки - модел за оценка на социалния ефект на логистичните услуги и маркетингов модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност. Предложените модели са взаимосвързани на основата на взаимодействието между социалната логистика и социалния маркетинг и целят да повишат нивото на задоволяване на потребностите на хората, тяхното удовлетворение и качество на живот.

За развитието на социалната логистика и нейните елементи и повишаване на тяхната роля и значимост за социалните политики и

социалните практики е необходимо ефективното приложение на съвременните логистични инструменти. В тази насока, те са основни, но с важно значение са и други инструменти като маркетинговите инструменти, прилагани от социалния маркетинг и инструментите, базирани на взаимодействието между социалната логистика и социалния маркетинг.

Социалният маркетинг и социалната логистика са неразривно свързани и тяхното взаимодействие е наложително.

Общото при тях е насочеността им към потребностите на обществото.

Чрез социалният маркетинг се цели убеждаване на хората във възприемането на определена идея в тяхна полза или полза за околната среда, отказване от вредни навици, потребление на полезни за тях стоки и услуги и други. Представянето на посланието, обаче при ефективна комуникационна кампания е последвано от неговото възприемане и като резултат промяна в поведението на хората. Реализирането на тази промяна изисква приложението на социалната логистика, която следва да създаде необходимите условия като място, време, персонал, оптимални разходи и други за осигуряване на идеята, продукта или услугата, популяризиран от социалния маркетинг.

За да бъдат посланията ефективни, те трябва да бъдат очевидни и да бъдат разположени във времето и пространството по-близо до желаното поведение, тъй като социалния маркетинг се разглежда от гледна точка на влиянието върху индивидуалното поведение. Близостта във времето, пространството и мястото се осигурява от социалната логистика.

В отговор на предизвикателствата, свързани с исканията за подобряване на предоставянето на услуги в рамките на ограничените си бюджети, организациите в публичния сектор трябва да извършват съвместни действия в областта на социалния маркетинг и социалната логистика като очаквания резултат следва да бъде изпълнение на програми и услуги с висока скорост, качество, ефективност и удобство.

Примерът, свързан с кампания за борба с рака и отказване от тютюнопушенето (разгледан в т. 4.4.1. на дисертационния труд) показва, че основните три направления на социалната маркетингова кампания са били:

- предупрежденията за вредата от тютюнопушенето;
- представяне на методи за отказване на цигарите;
- организиране на екипи от лекари, които имат задачата да приложат новите методи.

Осъществяването на второто и третото направление на кампанията е невъзможно без социалната логистика, чиято задача е да организира цялостния логистичен процес по събиране на хората на едно място – потребители на идеята/услугата и специалисти, начините за представяне на методите и обучението по тях, предоставяне на допълнителни консултации, рекламни материали и други. И целият този процес трябва да е координиран и синхронизиран по време, място, информационно обслужване, качество и количество и оптимизиран от гледна точка на разходите.

Кампания за опазване и почистване на природата също не може да се осъществи без социалната логистика, защото хората, които възприемат идеята и искат да я осъществят на практика трябва да бъдат организирани и осигурени от гледна точка на време, място, необходими материали и организация за изхвърляне на отпадъците.

Една от основните сфери на приложение на социалния маркетинг и социалната логистика е здравеопазването. То, от своя страна е изключително важно за качеството на живот на хората и тяхната сигурност и безопасност.

Социалният маркетинг е ефективен инструмент за промоция и профилактика на здравето, а социалната логистика – за тяхното осъществяване в следните направления: ангажираност на държавата към даден здравен проблем и осигуряване на качество на здравните услуги за неговото разрешаване; прилагане на аутсорсинга като иновационно средство за намаляване на разходите и за повишаване ефективността на публичните промоционни здравни програми, чрез прехвърляне към фирми от частния сектор и сключване на договори с подизпълнители за определени услуги и други.

Основните задачи на социалния маркетинг са свързани с проучване на потребностите на обществото и на отделните групи потребители, степента на тяхното задоволяване, дефиниране на най-ефективния подход за убеждаване на аудиторията, разработване на комуникационна програма за промоция на идеята, продукта или услугата, осигуряване на методи за прилагане на конкретната промоционална или профилактична програма, а не само „продаване на идеята“ за промоция или профилактика.

Основните задачи на социалната логистика са свързани с реалното задоволяване на потребностите на обществото или отделните групи от потребители, чрез доставяне на представените стоки и услуги от социалната маркетингова програма или осигуряване на необходимите условия за практическо реализиране на промоцираната социална идея.

Пресечната точка между социалния маркетинг и социалната логистика е третия елемент на маркетинг микса – място (place).

В дефиницията за елементите на микса на социалния маркетинг, място за придобиване на продукта в социалния маркетинг е там където и когато целевата аудитория може да получи възможност да прояви желаното поведение, за да получи некомерсиален продукт.³⁴

В класическата теория на маркетинга третия елемент на маркетинг микса е именно логистиката, чиято задача е да достави стоката или услугата на потребителя по най-ефективния начин.

Ролята на социалната логистика в микса на социалния маркетинг е същата. Разликата е в целите, които при социалния маркетинг и социалната логистика не са само икономически – печалба и снижаване на разходите, а

³⁴Николова, Н. Социалният маркетинг: новата философия за отговорността на бизнеса. Международна научна конференция „Икономическо благосъстояние, чрез споделяне на знания”. Бизнес, мениджмънт и маркетинг. СА Д. А. Ценов, Свищов, Том 3, Свищов, 2016, стр. 98-99.

основно са насочени към потребностите на обществото и околната среда. – Таблица 5.

Таблица 5.

Връзка между социалния маркетинг и социалната логистика

Социален маркетинг – елементи на микса			
Продукт	Цена	Социална логистика	Промоция
-идея в полза на обществото -промяна на поведението в положителен аспект -стока в полза на обществото -услуга в полза на обществото	-стойностна характеристика на промяната на поведението на хората	-осигуряване на място, време, хора, условия, материални средства и оптимални разходи, за да може целевата аудитория (потребителите) да получи възможност да прояви желаното поведение, за да получи некомерсиалния продукт	-комуникационното убеждаване и тактиките, чрез които продуктите стават познати, дори желани от общността

Целта на взаимодействието между социалния маркетинг и социалната логистика е да се постигне синергичен ефект в социалната система. За социалния маркетинг и социалната логистика е важно да се направят незначителни жертви от страна на всеки индивид, които обаче носят допълнителна полза (по-висша от общите разходи) за обществото като цяло.

Важна причина за развитието на социалния маркетинг и социалната логистика е тенденцията за постигане на устойчиво развитие, опазване на околната среда и повишаване на корпоративната социална отговорност. Социалният маркетинг популяризира идеите в тази насока, но именно социалната логистика ги реализира на практика.

Най-важното условие за развитието на социалния маркетинг и социалната логистика, обаче е осъзнаването на тяхната насоченост към потребностите на обществото като цяло и на отделните индивиди, повишаване на качеството на живот, опазване на околната среда и постигане на устойчиво икономическо развитие.

За практическа реализация на взаимодействието между социалния маркетинг и социалната логистика е необходимо при стартиране на кампания със социална насоченост маркетинговите и логистичните програми да се

разработват съвместно от съответните специалисти, за да се осигури необходимата степен на синхронизиране и координиране. Именно по този начин ще се осигури гаранция, че представените от социалния маркетинг идеи, стоки или услуги ще се реализират на практика.

Към инструментариума за подобряване на социалните измерения на логистичните услуги се включва и приложението на модели, чиято основна цел е постигане на по-високо ниво на социален ефект и социална ефективност. Социалната ефективност е следствие от повишаването на икономическата ефективност, но същевременно е по-висша и оказва обратно влияние върху нея. Социалните резултати влияят на имиджа на предприятията и обектите, привличат и задържат клиентите, деловите партньори и служителите, а това, от своя страна, има сериозни икономически последици в положителна насока. Социалната ефективност се определя, чрез резултатността на ресурсите или разходите за получаване на определени социални резултати, които се изразяват, чрез по-пълно задоволяване на потребностите и потребителското търсене, икономия на време или по-малък разход на време на купувачите, по-голямо задоволство от покупките и обслужването, повече допълнителни услуги за купувачите и посетителите и други.

Постигането на по-добри социални резултати при предоставянето на логистични услуги е пряко свързано с приложението на високо ниво на култура на логистичното обслужване. Логистичният сектор е един от най-бързо развиващите се сектори в световен мащаб и у нас. Този сектор е изцяло насочен към обслужване на потребителите – физически и юридически лица и на тази основа осъзнаването на ролята на културата на логистичното обслужване е с изключителна важност.

Културата на логистичното обслужване е свързана с качеството на обслужване на клиентите в организациите, предоставящи логистични услуги. Високата култура на логистично обслужване изисква съвременна модерна материално-техническа база, предлагане на търсен атрактивен обновяващ се портфейл от логистични услуги, а също високо културни обноси, внимание и компетентни грижи от страна на обслужващия персонал.

Предлаганият и апробиран модел за подобряване на социалните резултати на доставчиците на логистични услуги, чрез повишаване културата на логистичното обслужване включва последователното изпълнение на следните етапи:³⁵ - Таблица 6.

³⁵ Моделът е адаптиран по Сълова, Н. Търговски мениджмънт. Изд. Наука и икономика. ИУ – Варна, 2010, стр. 311 - 332.

Таблица 6.

Модел за подобряване на социалните резултати на доставчиците на логистични услуги, чрез повишаване културата на логистичното обслужване

Етапи на приложение на модела	Съдържание на отделните етапи
Анализ на основните елементи и фактори на културата на логистичното обслужване	Фактори и елементи, свързани с материално-техническата база
	Фактори и елементи, свързани с асортимента и качеството на предлаганите логистични услуги, съобразно потребителското търсене на клиентите
	Фактори и елементи, свързани с прякото обслужване на клиентите от логистичния персонал
Оценка, чрез система от показатели, на социалните резултати на доставчиците на логистични услуги, на основата на състоянието на културата на логистичното обслужване	Оценка на равнище логистичен обект. Показатели:
	-Широта и дълбочина на предлагания асортимент от качествени и търсени логистични услуги с оглед най-пълно задоволяване на потребителското търсене. -Бързина на обслужването. -Условия и обстановка на обслужването. -Качество на прякото обслужване от страна на логистичния персонал. -Организирането на подходящи форми на допълнително обслужване.
	Оценка на равнище голямо логистично предприятие, община, регион и цялата страна. Показатели:
	-Възможно най-пълно задоволяване на потребителското търсене на логистични услуги. -Намаляване разходите на време на клиентите във връзка с ползването на логистични услуги. -Осигуряване на по-голямо задоволство при покупките на логистични услуги и посещенията на логистичните обекти. -Възможно най-пълно задоволяване на потребителското търсене на разнообразни допълнителни логистични и културно-битови услуги, оказвани, чрез логистичните обекти.
Открояване на проблемите и набелязване на мерки за подобряване на социалните резултати, чрез повишаване културата на логистичното обслужване	Повишаване значимостта на културата на логистичното обслужване в перспектива Засилване и все по-голямо влияние на логистичното обслужване върху потреблението Проблем, свързан с икономията на време на клиентите Проблеми при оценката и стимулирането с оглед повишаване културата на логистичното обслужване Проблеми, свързани с поддържането и развитието на материално-техническата база Проблеми, свързани с по-доброто управление, формиране и регулиране на портфейла от логистични

	услуги Проблеми, свързани с повишаване на квалификацията и качеството на логистичните служители.
--	---

В условията на голяма конкуренция и свито търсене все повече се налага необходимостта от пренасочване на организационната философия от философия на продукта и продажбите към философия на клиента и маркетинга. В този смисъл са необходими целенасочени действия за спечелване на клиентите и изпреварване на конкурентите като отговорът е в по-доброто отгаване и удовлетворяване на потребностите на клиентите.³⁶

Философията, ориентирана към клиента налага изследване на въпросите, свързани с определяне на това, какво е стойност за клиента и удовлетворение за клиента; как водещите организации осъществяват производството и предлагането на висока стойност и удовлетворение за клиента; как организациите задържат и привличат клиенти; как се определя рентабилността на клиента и как се провежда маркетинг на тоталното качество.³⁷

В отговор е предлагания модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност – Таблица 7.

Таблица 7.

Модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност

Етапи за реализиране на модела
Първи етап: Определяне на стойността за клиента.
Втори етап: Доставка на стойност за клиента.
Трети етап: Запазване на клиентите.
Четвърти етап: Управление на работата с ключови клиенти (КАМ – Key Account Management).
Пети етап: Определяне на доходността (рентабилността) на клиента.
Шести етап: Реализация на маркетинга на тоталното качество.

Представеният и апробиран маркетингов модел има социални измерения, тъй като е насочен към по-добро удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност.

За оценка на значимостта и приложимостта на предложените модели – модел за оценка на социалния ефект на логистичните услуги и маркетингов модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество,

³⁶ Котлър, Ф. Управление на маркетинга. Том 1. изд. Графема. С. 1996, стр. 42-72.

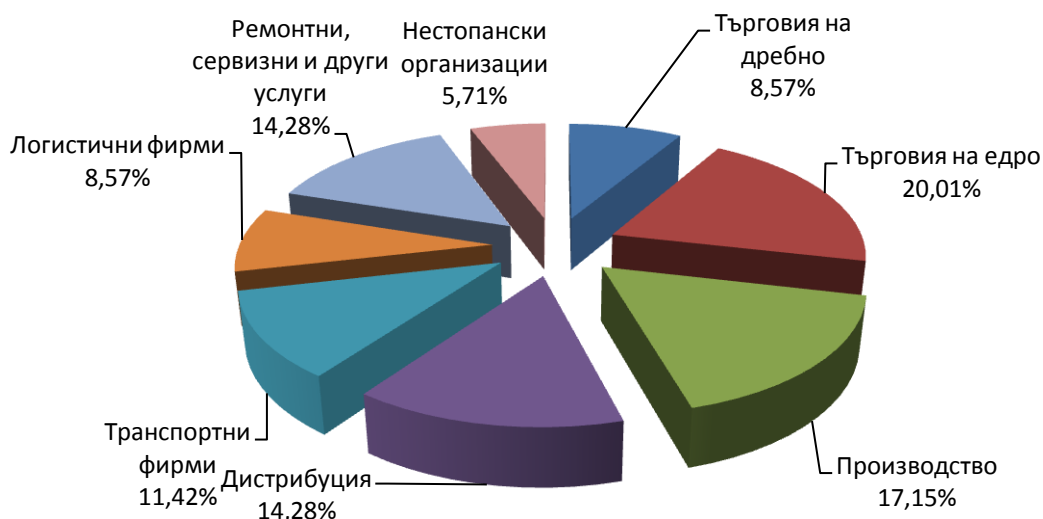
³⁷ Моделът е адаптиран по Котлър, Ф. Управление на маркетинга – анализ, планиране, реализация и контрол, Том 1, Изд. Графема, С., 1996. стр. 41-72.

обслужване и стойност, е проведено проучване сред предприятия, извършващи логистични услуги.³⁸

Изследваните предприятия са от различни сфери на дейност – търговия на едро, търговия на дребно, международна търговия, дистрибуция, производство, транспорт, логистика, ремонтни, сервизни и други услуги и две нестопански организации, които също извършват логистични услуги и обслужват потребители. Според обема на дейността и броя на персонала предприятията са основно малки и средни и едно от тях може да се определи като голямо – логистичната фирма със седалище Виена, Австрия.

Разпределението на изследваните предприятия, според сферата на дейност е представено на фигура 2.

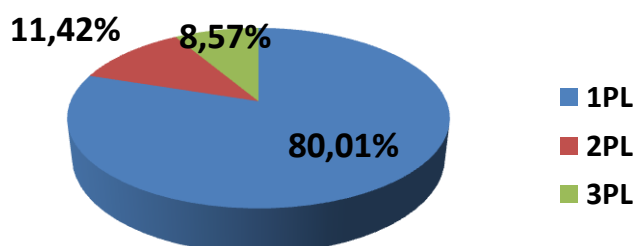
Фигура 2. Сфери на дейност на проучваните предприятия



Изследваните предприятия са от различни области на страната и от чужбина – Великотърновска, Габровска, Софийска, Шуменска, Варненска области и от Виена, Австрия и Прищина, Косово.

Предприятията, обект на проучване могат да бъдат определени като 1PL, 2PL и 3PL доставчици на логистични услуги – фигура 3.

Фигура 3. Вид на проучваните предприятия като доставчици на логистични услуги



³⁸ Проучването е проведено, чрез анкета през 2019 г. В него участват 35 респондента – предприятия, извършващи логистични услуги. На респондентите бяха предварително предоставени предложените в дисертационния труд модели, за да се запознаят с тях и да дадат становище за целите на анкетата.

Анкетата включва 10 въпроса – Приложение 2. от дисертационния труд. Проучено е мнението на респондентите дали считат, че е необходимо приложението на социални практики в тяхната дейност - 94,28% са отговорили положително и само 5,72% - отрицателно. Големият процент на положителните отговори категорично показва, че доставчиците на логистични услуги осъзнават необходимостта от приложение на социални практики. Следващият въпрос акцентира върху вида на социалните практики, които всяко от предприятията счита, че са необходими. В тази насока отговорите са различни, съобразно вида на дейност, големина на предприятието и осъзнаване на необходимостта от приложение на концепцията за корпоративната социална отговорност. На фигура 4. е показано разпределението на отговорите по видове социални практики. Всеки от респондентите е посочил повече от една социална практика.

Фигура 4. Видове социални практики, прилагани от доставчиците на логистични услуги



Анализът показва, че основните социални практики, които се прилагат са осигуряване на добри условия на труд, вземане на адекватни мерки за безопасност, социални практики, насочени към персонала и провеждане на политика на трайни взаимоотношения с клиентите и с доставчиците.

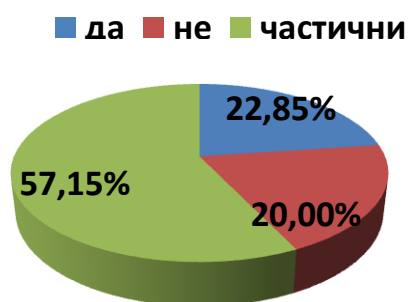
По-малък е процента на тези предприятия, които насочват своите усилия към целенасочено обучение на персонала. Това са основно по-големите предприятия. По-малките подценяват ролята на тази практика като не отчитат ползите, както за тяхната дейност, така и за повишаване на удовлетвореността на техните служители.

По-малък е процентът на предприятията, които считат за важни социалните практики, насочени към обществото. Основната причина е, че все още не е осъзната в достатъчна степен необходимостта от прилагане на такива практики за повишаване на имиджа на предприятието и на доверието на клиентите в него. Друга важна причина е ограничените финансови възможности на по-малките предприятия и невъзможността да отделят ресурс за такива социални практики.

Прави много добро впечатление, че почти половината от изследваните предприятия прилагат екологични практики – 40%. Това ясно показва, че те осъзнават необходимостта от прилагане на мерки за опазване на околната среда и грижа за здравето на хората.

Следващият въпрос е насочен към проучване на практиката на доставчиците на логистични услуги дали прилагат мерки за измерване на социалния ефект на логистичните услуги. На фигура 5. е представено разпределението на дадените отговори.

Фигура 5. Степен на приложение на мерки за измерване на социалния ефект логистичните услуги

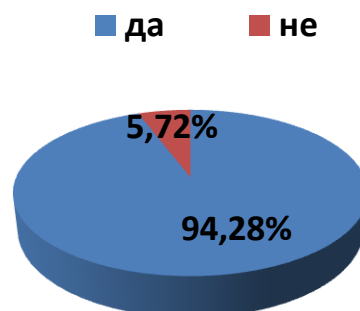


Анализът показва, че повече от половината от предприятията частично оценяват социалния ефект на логистичните услуги. Почти равен е дела на тези, които целенасочено измерват този ефект и тези, които не осъзнават необходимостта от това. Изцяло положителен отговор е даден от по-големите предприятия, които разработват програми в тази насока. Пример е приложената декларация на Борда на директорите на фирма LKW WALTER Internationale Transportorganisation AG, Австрия, Виена, приета през 2017 г., която отразява основните насоки на действие на предприятието, свързани със социалната отговорност – Приложение 3. от дисертационния труд.³⁹

Проучено е мнението на респондентите дали предложения модел за оценка на социалния ефект на логистичните услуги може да бъде полезен за тяхната дейност. На фигура 6. са представени получените резултати.

Фигура 6. Полезност на предложения модел за оценка на социалния ефект на логистичните услуги

³⁹ Декларацията беше предоставена от представител на предприятието в подкрепа на актуалността и значимостта на настоящия труд и конкретното проучване.



Отговорите показват, че по-голямата част от проучваните доставчици на логистични услуги смятат, че предложеният модел за оценка на социалния ефект на логистичните услуги може да бъде полезен за тяхната дейност.

Следващият въпрос има за цел да установи дали предприятията, които са отговорили положително на предходния въпрос са склонни да приложат предложението в настоящия труд модел за оценка на социалния ефект на логистичните услуги. В резултат, всички предприятия са отговорили положително – 100%.

Проучено е и мнението на респондентите, дали предложението в дисертационния труд маркетингов модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност може да бъде полезен за тяхната дейност. На фигура 7. са представени дадените отговори.

Фигура 7. Полезност на предложеният маркетингов модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност



Последният въпрос има за цел да установи дали предприятията, които са отговорили положително на предходния въпрос са склонни да приложат предложението в настоящия труд маркетингов модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност. Всички предприятия са отговорили положително – 100%.

Видно е, че два от проучваните доставчици на логистични услуги считат, че предложените модели нямат да бъдат полезни за тяхната дейност и съответно не проявяват интерес да ги приложат. Това са по-малки

предприятия в сферата на търговия на едро със строителни материали и с резервни части, които на настоящия етап не осъзнават необходимостта от приложение на социални практики в тяхната дейност, както и научен подход за подобряване на социалните измерения на извършваните от тях логистични услуги.

Резултатите от проучването са категорично положителни. Те недвусмислено показват, че по-голямата част от изследваните предприятия – 94,28%, считат че социалните практики за необходими. Повечето от предприятията прилагат различни социални практики, които са насочени, както към своите служители, клиенти и доставчици, така и в полза на обществото. Не се пренебрегват и екологичните практики, като в своята съвкупност резултатите показват, че голяма част от доставчиците на логистични услуги осъзнават необходимостта и ползите от приложението на концепцията за корпоративната социална отговорност.

Предложените модели за подобряване на социалните измерения на логистичните услуги – модел за оценка на социалния ефект на логистичните услуги и маркетингов модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност, се възприемат положително и 94,28% от изследваните предприятия показват, че са склонни да ги приложат в тяхната дейност.

ИЗВОДИ НА ЧЕТВЪРТА ГЛАВА:

- От гледна точка на повишаване на ефективността, маркетингът и логистиката следва да функционират във взаимодействие. Маркетинговите и логистичните дейности и инструменти са взаимнодопълващи се и пресечната точка между тях е фокуса, насочен към клиента. Маркетинговите проучвания и анализи посочват какви са изискванията на клиента и как да се достигне до него, а логистичните инструменти са тези, които водят до неговото реално обслужване. Предприятията разбират, че техния фокус трябва да бъде клиента. Все още, обаче липсват умения за разработване и осъществяване на цялостни маркетингови програми за управление на взаимоотношенията с клиентите.
- Социалният маркетинг е приложение на маркетинговите принципи и инструменти за влияние върху целевата аудитория за доброволно приемане, отхвърляне, модифициране или изоставяне на определено поведение с цел осигуряване на ползи за индивидуални групи или за обществото като цяло. Главната цел на социалния маркетинг е да повиши качеството на живота. Социалният маркетинг е маркетингова концепция, която прилага основния принцип на маркетинга за въздействие върху поведението на потребителите, но основно в публичната сфера. Социалният маркетинг се реализира, чрез основните елементи на маркетинг микса, които обаче имат специфично съдържание. Елементите на микса на социалния маркетинг са

приложими, както в публичния сектор, така и в бизнес сферата. В бизнеса, социалният маркетинг се реализира, чрез приложение на социалната маркетингова концепция.

- Социалният маркетинг и социалната логистика са неразривно свързани и тяхното взаимодействие е наложително. Чрез социалният маркетинг се цели убеждаване на хората във възприемането на определена идея в тяхна полза или полза за околната среда, отказване от вредни навици, потребление на полезни за тях стоки и услуги и други. Представянето на посланието, обаче при ефективна комуникационна кампания е последвано от неговото възприемане и като резултат промяна в поведението на хората. Реализирането на тази промяна, обаче изисква приложението на социалната логистика, която следва да създаде необходимите условия като място, време, персонал, оптимални разходи и други за осигуряване на идеята, продукта или услугата, популяризиран от социалния маркетинг. Целта на взаимодействието между инструментите на социалния маркетинг и социалната логистика е да се постигне синергичен ефект в социалната система.
- Постигането на добри социални резултати при предоставянето на логистични услуги е пряко свързано с приложението на високо ниво на култура на логистичното обслужване. Логистичният сектор е един от най-бързо развиващите се сектори в световен мащаб и у нас. Този сектор е изцяло насочен към обслужване на потребителите – физически и юридически лица и на тази основа осъзнаването на ролята на културата на логистичното обслужване е с изключителна важност. Културата на логистичното обслужване е свързана с качеството на обслужване на клиентите в организациите, предоставящи логистични услуги. Високата култура на логистично обслужване изисква съвременна модерна материално-техническа база, предлагане на търсен атрактивен обновяващ се портфейл от логистични услуги, а също високо културни обноси, внимание и компетентни грижи от страна на обслужващия персонал.
- Предложеният модел за подобряване на социалните резултати на доставчиците на логистични услуги, чрез повишаване културата на логистичното обслужване включва последователното изпълнение на следните етапи: анализ на основните елементи и фактори на културата на логистичното обслужване; оценка, чрез система от показатели, на социалните резултати на доставчиците на логистични услуги, на основата на състоянието на културата на логистичното обслужване: оценка на равнище логистичен обект; оценка на равнище голямо логистично предприятие, община, регион и цялата страна; открояване на проблемите и набелязване на мерки за подобряване на социалните резултати, чрез повишаване културата на логистичното обслужване.
- Значението на маркетинговия модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги се основава на това, че клиентите

правят своя избор на продукт въз основа на представата си за качество, обслужване и стойност. За да постигнат по-добро удовлетворение за клиента, организациите следва да управляват своята верига на стойността, както и цялата система за предоставяне на стойност по начин, който е ориентиран към клиента. Представеният маркетингов модел има социални измерения, тъй като е насочен към по-добро удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с качество, обслужване и стойност.

- Предложените модели са взаимосвързани на основата на взаимодействието между социалната логистика и социалния маркетинг и целят да повишат нивото на задоволяване на потребностите на потребителите, тяхното удовлетворение и качество на живот.

ОБЩИ ИЗВОДИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ:

- Сравнителният и критичен анализ на теоретичните и научноприложни постановки за логистиката и базираните на нея логистични услуги недвусмислено показва, че те са доказали своята практическа приложимост, защото благодарение на тях се разви и утвърди значението на логистиката в стопанската сфера, търсенето и предоставянето на логистични услуги се наложи като необходимост и като резултат се обособи нов стопански сектор – логистичния сектор. Съвременната логистична концепция и логистичните инструменти, необходими за нейната реализация са в основата не само на стопанския живот, но и във военната област. На тази основа се развива процесът за тяхното приложение и в нови области като социалната сфера.
- Логистичните услуги са крайния резултат на логистичния процес, който представлява комплекс от елементи, дейности и операции, насочени към осигуряване на качествена логистична услуга. Равнището на логистичното обслужване на клиентите се явява критерий за резултата от изпълнението на логистичните услуги, както от позициите на доставчика на логистични услуги, така и от позициите на потребителя. Осигуряването на качествени логистични услуги налага разработването и внедряването на стандарти, които изискват организацията точно да определи желаните от клиентите нива на обслужване, разходите по осигуряването на алтернативни логистични услуги и мерките за измервания и контрол на извършените услуги. Основна предпоставка за повишаване ефективността на логистичните услуги е избора на подходяща стратегия.
- Пазарът на логистични услуги в България показва, че той е в процес на развитие и следва тенденциите в развитието на пазара на логистични услуги в света. Позицията на България в класацията на Световната банка е динамична, както и стойността на Индекса на логистичната ефективност. През 2018 г. позицията на България е 52 място, което показва значително подобряване в сравнение с 2016 г. – с 20 места

нагоре. Основните насоки за подобряване състоянието на логистиката в страната са: модернизиране и развитие на логистичната инфраструктура, особено в частта транспортна инфраструктура и интермодални терминали; повишаване на ефективността на митническите процедури; инвестиции в информационни технологии в областта на логистиката; повишаване на логистичната компетентност и други. Логистичните услуги се развиват, но едновременно с това, усилията на макро и микроравнище се насочват към предотвратяване на негативното въздействие на логистиката върху околната среда. През последните години вниманието все повече се насочва към развитие на устойчивата логистика и базираните на нея устойчиви логистични услуги.

- Логистиката и логистичните услуги в стопанската сфера в страната се развиват и следват световните стандарти. На логистичния пазар в страната оперират чуждестранни и български логистични фирми, които са на високо ниво. Натрупаният опит в сферата на бизнес логистиката и постигането на много добри финансови резултати се явява важна предпоставка за развитието на логистичния сектор в социален аспект и за подобряване състоянието на логистиката и логистичните услуги, които се извършват в организациите от нестопанската сфера – здравеопазване, социална сфера, образование и други.
- Социалната политика включва всички елементи, регулиращи въздействия на държавата (общината) и дейности, които са насочени към оптималното задоволяване на потребностите на хората, повишаване на качеството им на живот и тяхната безопасност. Дейности като логистиката и маркетинга, чрез съвременните им проявления – социална логистика и социален маркетинг, също могат да се разглеждат като елементи на социалната политика. Най-важното условие за развитието на социалната логистика и социалния маркетинг като елементи на общата социална политика е осъзнаването на тяхната насоченост към потребностите на обществото като цяло и на отделните индивиди, повишаване на качеството на живот, опазване на околната среда и постигане на устойчиво развитие. Социалният маркетинг популяризира идеите в тази насока, а социалната логистика ги реализира на практика.
- В социален аспект логистиката трябва да се развива в следните три направления: социална логистика в публичната сфера; социално ориентирана бизнес логистика, основана на концепцията за корпоративната социална отговорност; и прилагане на социални практики от доставчиците на логистични услуги.
- Социалната логистика изцяло се базира на логистичната концепция, но при нея вместо икономическата система се разглежда обществената система, а отделните индивиди и връзките между тях се възприемат

като елементи и съответните връзки на логистичната верига. Тези приложения на логистиката се основават на основните логистични постановки и принципи, но те имат конкретна социална насока. Целта на управлението на материалните потоци и съпътстващите ги информационните потоци в тези области е постигане на желания социален ефект, който се измерва със степента на задоволяване на основните обществени потребности. При социалната логистика, членовете на обществото не са просто потребители, които купуват стоки или услуги, а хора, които се нуждаят от защита и по-високо качество на живот.

- Предоставянето на социални услуги в страната се характеризира с разпръснатост на отделните елементи на услугата между различни институции и звена и пространствена разпокъсаност, което от своя страна води до огромен разход на времеви и финансов ресурс за клиентите. Съвременните тенденции в логистиката могат да предложат възможности за оптимизиране процеса на предоставяне на социални услуги като се разработят схеми от типа Трети партньор в логистиката (3PL), който да осигурява една точка за контакт на клиентите като организира и управлява дейностите на отделните звена и елементи, свързани с предоставянето на социалната услуга, и от типа Четвърти партньор в логистиката (4PL), който да координира и контролира цялостната дейност по предоставяне на социалните услуги, изпълнявани от предходния тип доставчик.
- Реализирането на социалната логистика в обществената сфера изисква активна държавна намеса и изграждане на необходимите логистични структури на национално, областно и общинско ниво, назначаването на специалисти логистици и използването на натрупания опит в сферата на бизнес логистиката. За някои направления (където липсва достатъчен ресурс и опит за самостоятелно извършване на логистиката) е целесъобразно да се ползват услугите на 3PL доставчици на логистични услуги, които са специализирани в предлагане на комплексни оптимизирани логистични решения и имат значителен опит по отношение на социалните аспекти на логистиката - особено водещите доставчиците. Най-важното условие за развитието на социалната логистика е осъзнаването на нейната насоченост към потребностите на обществото.
- Развитието на социално ориентираната логистика се основава на концепцията за корпоративната социална отговорност. Социално ориентираната логистика се базира върху естеството на съотношението между социалните и икономическите ефекти. Характерна особеност на социално ориентираната логистика е нейното устойчиво функциониране и развитие, независимо, че свързаните с нея разходи са по-големи. Общият икономически ефект от тази логистика се формира

не само от директната пазарна реализация на логистични услуги, но и от положителните последици от социално значимите трансформации.

- Основните социални практики, прилагани от доставчиците на логистични услуги в страната са насочени към осигуряване на много добри условия на безопасност, които са специфични за логистичния сектор и развиване на мерките за сигурност. Фирмите прилагат повече социални мерки, свързани с техните служителите и по-малко мерки в полза на обществото.
- Използването на логистичните услуги за развитието на социалните политики на европейско, национално и локално ниво се основават на приложението съвременните логистични инструменти, които налагат интегриране и координиране на логистичните дейности с цел оптимизиране на времето за тяхното изпълнение и съвкупните разходи за логистика, но от гледна точка на потребностите и изискванията на отделния индивид и обществото като цяло.
- От гледна точка на повишаване на ефективността, маркетингът и логистиката следва да функционират във взаимодействие. Маркетинговите и логистичните дейности и инструменти са взаимно допълващи се и пресечната точка между тях е фокуса, насочен към потребителя. Социалният маркетинг и социалната логистика са неразривно свързани и тяхното взаимодействие е наложително. Чрез социалният маркетинг се цели убеждаване на хората във възприемането на определена идея в тяхна полза или полза за околната среда, отказване от вредни навици, потребление на полезни за тях стоки и услуги и други. Целта е промяна в поведението на хората. Реализирането на тази промяна, обаче изисква приложението на социалната логистика, която следва да създаде необходимите условия като място, време, персонал, оптимални разходи и други за осигуряване на идеята, продукта или услугата, популяризиран от социалния маркетинг. Целта на взаимодействието между инструментите на социалния маркетинг и социалната логистика е да се постигне синергичен ефект в социалната система.
- Постигането на добри социални резултати при предоставянето на логистични услуги е пряко свързано с приложението на високо ниво на култура на логистичното обслужване. За целта е предложен и апробиран модел за подобряване на социалните резултати на доставчиците на логистични услуги, чрез повишаване културата на логистичното обслужване. Значението на предложени и апробиран маркетингов модел налага идеята, че за да постигнат по-добро удовлетворение за клиента, организациите следва да управляват своята верига на стойността, както и цялата система за предоставяне на стойност по начин, който е ориентиран към клиента. Представеният маркетингов модел има социални измерения, тъй като е насочен към по-добро удовлетворяване на потребителите на логистични услуги с

качество, обслужване и стойност. Предложените модели са взаимосвързани на основата на взаимодействието между социалната логистика и социалния маркетинг и целят да повишат нивото на задоволяване на потребностите на потребителите, тяхното удовлетворение и качество на живот.

III. НАУЧНИ И НАУЧНОПРИЛОЖНИ ПРИНОСИ

Научни приноси:

- Обогатена е теорията за логистиката и базираните на нея логистични услуги, тяхната еволюция и съвременните им измерения, като са изведени нови научни постановки с приложен характер, разширяващи полето на приложение на логистичните услуги в социален аспект.
- Обогатена е теорията за социалната логистика като са дефинирани три направления на реализация: социална логистика в публичната сфера; социално ориентирана бизнес логистика, основана на концепцията за корпоративната социална отговорност; и прилагане на социални практики от доставчиците на логистични услуги и са формулирани ползите от приложение на съвременния логистичен подход в публичната сфера и на концепцията за корпоративната социална отговорност в бизнес логистиката.
- Дефинирана е социалната логистика в публичната сфера като вниманието е насочено към възможностите за приложение на съвременните логистични инструменти с цел повишаване на удовлетвореността на потребителите, качеството им на живот, тяхната сигурност и безопасност, съчетани с оптимално разходване на ресурсите, както и основните елементи на социалната логистика, разграничени по области на приложение в публичната сфера и са очертани предпоставките и насоките за тяхното развитие.
- Изведени са нови научни постановки с приложен характер за ефектите от взаимодействието между социалната логистика и социалния маркетинг с цел подобряване на социалната политика.
- Доказана е необходимостта от целенасочено взаимодействие между логистиката и маркетинга, за да се постигне по-висока степен на удовлетворение на потребителите.
- Разкрити са характеристиките на социално ориентираната бизнес логистика и социалните практики, прилагани от доставчиците на логистични услуги и са изведени ползите и тенденциите в тази насока.

Научноприложни приноси:

- Дефинирани са основните проблемите на логистичния сектор в световен и национален мащаб, като на тази основа са очертани тенденциите и перспективите за неговото устойчиво развитие.
- Разработен и апробиран е модел за подобряване на социалните

результати на доставчиците на логистични услуги, чрез повишаване културата на логистичното обслужване, който включва последователното изпълнение на следните етапи: анализ на основните елементи и фактори на културата на логистичното обслужване; оценка, чрез система от показатели на социалните резултати на доставчиците на логистични услуги; и открояване на проблемите и набелязване на мерки за подобряване на социалните резултати, чрез повишаване културата на логистичното обслужване.

- Разработен и апробиран е маркетингов модел за удовлетворяване на потребителите на логистични услуги, който се основава на идеята, че за да постигнат по-висока степен на удовлетвореност за клиента, организациите следва да управляват своята верига на стойността и цялата система за предоставяне на стойност по начин, който е ориентиран към клиента.

IV. ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Публикации в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация - Web of science.

Студия

1.Banabakova V., Marketing opportunities to satisfy the client with quality service. Revista Turismo: estudos e práticas, Vol. 4 (2015), Rumania, ISSN 2316-1493, pp. 8-33

Научни доклади

2.Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Possibilities for determining customer's profitability. // Proceedings of INTCESS 2018 - 5th International Conference on Education and Social Sciences 5-7 February 2018- Istanbul, Turkey, International Organization Center of Academic Research, www.ocerints, Istanbul, Turkey, 2018, pp. 438-444, ISBN: 978-605-82433-2-3

3.Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Customer service standards. // Proceedings of INTCESS 2018 - 5th International Conference on Education and Social Sciences 5-7 February 2018 - Istanbul, Turkey, International Organization Center of Academic Research, www.ocerints, Istanbul, Turkey, 2018, pp. 431-437, ISBN: 978-605-82433-2-3

Публикации в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове.

Научни статии

4.Minevski, Iv., V. Banabakova. Morphological model of the integral hazard on carriage of hazard loads through built-up areas. Land Forces Academy Review, 2016, Sibiu, Vol. 21, Iss. 3, ISSN (Online) 2247-840X, pp. 262-267

5.Minevski, Iv., V. Banabakova. Subjective Risk on Carriage of Hazardous Loads with Automobile Transport. Land Forces Academy Review, 2017, Sibiu, Vol. 22, Iss. 2, ISSN (Online) 2247-840X, pp. 122-127

Научни доклади

6. Terziev, V., Banabakova, V., Ilcheva, M. The cycle of the order as a base of logistics service of the clients. // Knowledge – International Journal September 2017, Institute of Knowledge Management, Skopje, Vol. 19.1, 2017, N 1, ISSN 1857-923X for e- version ISSN 2545-4439 for printed version, pp.133-137
7. Terziev, V., Banabakova, V., Ilcheva, M. Development of logistics in Bulgaria. // Knowledge - International journal scientific papers, promoted in Vrnjacka Banja, Serbia 16-18.03.2018, Institute of Knowledge Management- Skopje, 22, 2018, N 2, pp. 503-510, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439
8. Banabakova, V., Iv. Minevski. Problems and risk management options for the transport of dangerous goods. International scientific journal, Globalization, the State and the Individual, No 1(13)/2017, Lublin, ISSN 2367-4555, pp. 215-222
9. Банабакова, В., Ел. Петрова. Приложение на иновативни технологии за намаляване на логистичните разходи и подобряване на логистичното обслужване на клиентите. Десета Международна научна конференция „Логистиката в променящия се свят”, УНСС, ISBN 978-954-644-900-9, С., 17-18.10. 2016, стр.114 – 128
10. Банабакова, В. Логистичното обслужване като източник на конкурентни предимства. Сборник с доклади от международна научно-практическа конференция. Съвременната логистика – бизнес и образование. Изд. Наука и икономика. ИУ – Варна, ISBN 978-954-21-0945-7, Варна, 2017, стр. 62-74
11. Банабакова, В. Аспекти на взаимодействието между маркетинга и логистиката и ролята му за подобряване обслужването на клиентите на логистичния сектор. Първа научна конференция по социално предприемачество. Аграрен университет, Пловдив, 2016, ISBN 978-954-517-249-6 (CD), ISBN 978-954-517-250-2 (Print), стр. 149 – 158
12. Банабакова, В., Ат. Панев. Възможности за оценка на инвестициите в информационни системи за подобряване на логистичното обслужване. Първа научна конференция по социално предприемачество. Аграрен университет, Пловдив, 2016, ISBN 978-954-517-249-6 (CD), ISBN 978-954-517-250-2 (Print), стр. 159 – 168
13. Banabakova, V., M. Ilcheva. Aspects of intergration between Marketing and Logistics, // Fifteenth International Scientific Conference: Knowledge in practice, Bansko, Bulgaria, International Journal of Knowledge and Learning, Institute of Knowledge Management- Skopje, 20, 12.2017, N2, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439, pp. 129-136
14. Банабакова, В., Ст. Филипов, Ст. Стоянов. Роля на информационна система ERP за подобряване на логистичното обслужване. 25 international scientific conference, trans&MOTAUTO, 2017, ISSN 1313-5031 (print), ISSN 2535-0307(online), year I, ussue 2 (2), Sofia, Bulgaria 2017, Section 2, стр. 214-217.
15. Банабакова, В. Модели за анализ рентабилността на клиентите. Юбилейна международна научна конференция „България на регионите”, ВУАРР, АИ „Талант”, Пловдив, 2017, ISBN 978-619-203-207-4 (on-line), ISBN 978-619-203-206-7 (DVD), стр. 79-84

16. Банабакова, В. и М. Илчева. Европейски публични политики и структури за подкрепа на социалната икономика. *International Journal of Knowledge and Learning*, Institute of Knowledge Management - Skopje, Vol. 26.1, септември 2018, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439, стр. 303-308
17. Банабакова В., М. Илчева. Логистичното обслужване на клиентите като система. *International Journal of Knowledge and Learning*, Institute of Knowledge Management- Skopje, Vol. 26.6, септември 2018, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439, стр. 1563-1570
18. Banabakova, V., M. Ilcheva. Opportunities and problems to support social economy in the european union, *Proceedings of ADVED 2018- 4th International Conference on Advances in Education and Social Sciences*, 15-17 October 2018- Istanbul, Turkey, pp. 413-419. ISBN: 978-605-82433-4-7
19. Banabakova, V., M. Ilcheva. Social economy in Bulgaria - problems and guidelines for their reduction, *Proceedings of ADVED 2018- 4th International Conference on Advances in Education and Social Sciences*, 15-17 October 2018- Istanbul, Turkey, pp. 420-426. ISBN: 978-605-82433-4-7
20. Банабакова, В. Тенденции в развитието на логистичните услуги. 20 международна научна конференция "Knowledge without borders", Институт по мениджмънт на знанието - Скопие, Македония, проведена във Враничка баня, Сърбия, 28-30.03.2019, vol. 30.1., ISSN 2545 – 4439, ISSN 1857 – 923X, стр. 219-226
21. Банабакова, В. Социално ориентираната логистика – концептуални основи и добри практики. Сборник доклади от годишна университетска конференция, НБУ „Васил Левски“, ИК при НБУ „Васил Левски“, том 9, 2019, стр. 208 – 217. ISSN 1314 – 1937
22. Банабакова, В. и М. Илчева. Социалния маркетинг – концептуални основи и приложения. Сборник доклади от годишна университетска конференция, НБУ „Васил Левски“, ИК при НБУ „Васил Левски“, том 9, 2019, стр. 194 – 207. ISSN 1314 – 1937
23. Банабакова, В. и В. Стоянова. Логистиката на здравеопазването като елемент на социалната логистика. Научна конференция Актуални проблеми на сигурността, 2019, НБУ Васил Левски, Велико Търново, 2019, ISSN 2367-7465, стр. 103-112
24. Банабакова, В. Социалната логистика и сигурността – национална, икономическа и социална. Научна конференция Актуални проблеми на сигурността, 2019, НБУ Васил Левски, Велико Търново, 2019, ISSN 2367-7465, стр. 113-124
25. Банабакова, В. SWOT - анализ на социалните практики на доставчиците на логистични услуги Научна конференция Актуални проблеми на сигурността, 2019, НБУ Васил Левски, Велико Търново, 2019, ISSN 2367-7465, стр. 125-135
26. Banabakova, V. and C. Stefanov, Social aspects of Logistics - Social Logistics and Socially oriented Business Logistics, 8 th International Conference on Business, Technology and Innovation, Pristina, Kosovo, 2019, ISBN 98-9951-550-19-2, pp. 47

27. Banabakova, V. Social logistics - conceptual foundations and fields of application. 25 International Scientific Conference: Knowledge in practice, Bansko, Bulgaria, International Journal of Knowledge and Learning, Institute of Knowledge Management - Skopje, Vol. 35.1., 2019, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439, pp. 175-179
28. Банабакова, В. Логистиката и социалната отговорност. Първа научна и бизнес конференция по логистика и управление на веригата на доставките. „Знанието по логистика и управление на веригата на доставките в България: образование, бизнес, наука, ИК - УНСС, С. 2019, ISBN 978-619-232-241-0, стр. 184-189

PROF. VANYA KUZDOVA BANABAKOVA, PH D



**INNOVATIVE MODELS AND INSTRUMENTS FOR
IMPLEMENTING EUROPEAN SOCIAL POLICIES BY
APPLICATION OF LOGISTICS SERVICES**

ABSTRACT

of the dissertation for the degree of Doctor of Science
by professional field 3.7. Administration and Management
scientific specialty "Organization and Management Outside the Field of
The Material Production (Security and Defense)"

VELIKO TARNOVO

2020

The dissertation was discussed at the Extended Board of the Department of Security Logistics, Land Forces Faculty at the “Vasil Levski” National Military University - Veliko Tarnovo. It has been submitted for preliminary discussion in the field of higher education 3. Social, business and legal sciences, professional field 3.7. "Administration and Management" and scientific specialty "Organization and Management Outside the Field of Material Production (Security and Defense)" on 06.02.2020.

The author is a professor in the Department of Security Logistics.

The thesis defense will be held on 29.06.2020 at 12 a.m. in the Ritual Hall in the building of the Management of the “Vasil Levski” National Military University. The materials of the defence are available to those, who interested in Room 88 in the same building.

Author: Prof. Vanya Kuzdova Banabakova, Ph D

Proofreader: Tsvetomila Georgieva

Circulation of 15 pieces

Publishing Complex of “Vasil Levski” National Military University

I. GENERAL CHARACTERISTICS OF THE DISSERTATION

In the last 30 years, advanced economies have been “discovering” logistics and becoming actively interested in logistics. There is an awareness of the need for business organizations to create the right conditions to increase the speed with which to respond to market signals received. In this regard, the main task of logistics is the development of projects for the physical distribution of goods and services, which will help to increase the efficiency of the organization by optimizing costs and improving the quality of customer service, which will lead to increasing competitiveness. In recent years, the evolution of logistics is related to the application of modern communication technologies. Computer systems are applied not only to optimize individual operations, but also to comprehensively coordinate individual logistics activities.

The increasing importance of logistics is reflected in the fact that providing competitive advantages based solely on brand, image and marketing tools is no longer sufficient. There is also an increasing convergence of technologies used to produce certain types of products. Therefore, it is not possible to achieve effective long-term competitiveness solely on the basis of product diversification, marketing tools and production technology. Differentiation must be sought through means other than these. To this end, many organizations find a means of building competitive advantage in logistics.

Changes in the nature of the demand for logistics services give rise to new processes and trends in the supply of logistics services and the development and restructuring of the logistics sector.

Modern logistics is distinguished by some peculiarities: significant changes in the organization and management of market processes on a global scale; the introduction of new communication technologies that allow monitoring of all phases of material flow; development of a logistics sector providing logistics services; integration as the basis of the logistics concept, which covers a large number of actors in the supply chain.

It is also characterized by linking logistics activities with information flows. The new logistics approach requires the full coordination and optimization of logistics activities and their integration with information flows. It is about moving logistics out of the economic environment and taking into account the social, environmental and political aspects of objective reality. This new approach emerges as a concept of shared responsibility.

The logistics concept is based on the system approach and requires constant synchronization and coordination of logistics activities and operations aimed at increasing the efficiency of the logistics system.

Globalization and rapid technology development necessitate outsourcing of various activities. Organizations from different industries specialize and focus on key activities for them, and outsource outsourcing to them. Logistics outsourcing is a concept that denotes outsourcing of logistics activities, which in turn leads to the development of the logistics sector. Logistics outsourcing is the relationship

between an outsourcing organization and a logistics service provider that offers one, several, or a wide range of logistics services. The most important point in logistics outsourcing is to properly define the activities that will be outsourced and the right choice of logistics provider.

The need for logistical outsourcing arises when a particular organization is unable to perform certain logistics activities on its own or they are not a core competence of the organization. She then decides to outsource them. More and more organizations are delivering selected or all outsourced logistics activities, not only because they want to achieve cost effectiveness, but also with long-term strategic goals to create competitive advantage through improved customer service and greater flexibility.

In our view, logistics services are the end result of the overall logistics process, which is a complex of elements, activities and operations aimed at providing a quality logistics service tailored to the needs and requirements of consumers.

Logistical theoretical and scientific formulations can be widely used. The traditional fields of application are business and military. Modern realities, however, require a new model of logistics application, as a result of which a third type of logistics is identified with the name social logistics.

Social logistics aims to introduce a social (human) factor into the systems and to apply logistical principles, methods and tools in solving the problems of society.

The degree of development of social logistics at this stage does not allow for large-scale empirical studies, but necessitates the need to lay the theoretical and scientific basis for its construction as a system and element of social policy.

The needs of the individual and society as a whole are at the heart of social policy. On this basis, social policy includes all the elements that regulate the impacts of the state (municipality) and activities aimed at optimally meeting these needs, improving the quality of life and safety of people.

Therefore, we can say that logistics, through its modern manifestations - social logistics and socially oriented logistics, can also be seen as an element of social policy.

The most important prerequisite for their development is an awareness of their focus on the needs of society as a whole and of individuals, improving the quality of life, protecting the environment and achieving sustainable development.

The development and provision of social services, as an element of the overall social policy, involves many difficulties and problems, mainly focused on the specificity of clients - vulnerable groups in terms of health and financial condition, and the application of traditional but outdated modern conditions. options for providing social services. The provision of social services in the country is characterized by the dispersion of the individual elements of the service between different institutions and units and spatial fragmentation, which in turn leads to a huge expenditure of time and financial resources for the clients.

This necessitates a new look at the importance of logistics and logistics services targeted at the social sphere.

The **object** of the dissertation is the development of logistics and the logistics services sector and their role from a social point of view.

The **subject** of the dissertation is the interconnections and interdependencies between the development of logistics and the logistics services sector and the economic and social conditions and needs.

The **aim** is to create and verify a scientific theory of the development of logistics and logistics services from a social aspect, which theory has practical implications, and to develop adapted scientific and applied models for improving the social dimensions of logistics services.

Five scientific research **tasks** have been specified to accomplish this goal:

- Scientific applied analysis of logistics and logistics based services;
- Analysis of the status, problems and trends in the development of the logistics services sector;
- Exploring the possibilities of using logistic services¹ in the development of European social policies;
- Exploring other tools related to logistical tools for improving social practices;
- Providing models for improving the social dimension of logistics services and quality of service.

The work is about finding an answer to the question to what extent logistics and logistical services characterize social relationships and change the quality of life.

The main **thesis** of the present work is derived from the answer to this question - the analysis of tendencies, problems and challenges of the development of logistics and its based logistics services in economic and social aspects, which necessitate extending the scope of application of the integrated logistics toolkit to the social field in order to improve social policy and increase consumer satisfaction and quality of life.

In developing the dissertation work and in order to achieve the research goal, scientific approaches and methods were used such as: structural approach; process approach; systematic approach; literature review; historical analysis; critical analysis; comparative analysis; induction and deduction; analysis and synthesis; observation; survey, through a survey; SWOT analysis; modeling and more. The starting point for the development of the dissertation is the production of contemporary theorists of logistics, marketing, management, economic and social sciences, who are presented in scientific and journalistic publications, books and articles by leading specialists in the practice of logistics, marketing, social marketing and social politics. In order to respect the specifics, accuracy, and veracity of the exposition, in some cases texts from these sources are used verbatim. The accumulated knowledge and personal experience also support research and analysis. Regulatory documents, strategy papers, statistics from the World Bank, Eurostat and others were also used.

¹ Respectively the logistic tools on which the logistics services operate and develop

The study used 217 major sources of literature. Of these, 114 are in Cyrillic, 59 are in Latin and 44 are internet sources.

I would like to thank to the Leadership of “Vasil Levski” National Military University, the Dean of the Land Forces Faculty, the Head of the Security Logistics Department and all my colleagues from the Security Logistics Department who gave me the opportunity and supported me to developed and presented the present work.

The dissertation work would not be a reality without the experience, support and faith in me of many of my colleagues and friends - Prof. Valentina Stoyanova, Ph D, Assoc. Prof. Vanya Tsonkova, Ph D, Assoc. Prof. Iliyan Mateev, Ph D Assoc. Prof. Elitsa Petrova, D. Sc., Prof. Miroslav Rakovska, Ph D, Prof. Stoyko Stoykov, D. Sc. and Assoc. Prof. Georgi Georgiev, D. Sc. I would also like to thank to The prof. Venelin Terziev, D. Sc., for the advice that gave me to work on this very actual and interesting issue.

II. STRUCTURE AND CONTENT OF THE DISSERTATION

The dissertation is structured in accordance with the stated purpose, research tasks, thesis, object and subject of research and reflects the approach taken by the author to the topic. It consists of an introduction, four chapters, a conclusion, a list of used literature and applications. The dissertation has a total volume of 379 pages and includes 26 tables and 27 figures.

The dissertation is developed in four chapters.

CHAPTER ONE: THEORETICAL AND SCIENTIFIC ASPECTS OF LOGISTICS SERVICES

Chapter One deals with the theoretical and practical aspects of logistics and logistics services. It investigates the nature and evolution of logistics and its place in the economic macro and micro environment and analyzes the role of logistics in the development of economy. The characteristics of the concepts of logistic service and logistic customer service and the relationship between them are presented as well as a classification of logistics services and types of logistics intermediaries. The chapter examines the impact of the level of logistics services on cost and efficiency. The role of evaluation criteria and standards for logistics services is highlighted in order to increase customer satisfaction. Finally, the chapter identifies three groups of logistic service strategies differentiated by various criteria.

A free market economy and European integration call for stronger economic ties to ensure mutual access to resources. This explains the need for efficient, well-functioning logistics services that provide a quick and direct connection between EU and non-EU countries, based on the competitive supply of different modes of transport and complete logistics services packages.

One of the factors behind the development of logistics and logistics services is globalization, which determines trends in economic development. As it progresses, competition intensifies and logistics becomes a competitive

determinant, and the structure of organizations and industries changes over time and becomes more dynamic. This leads to differentiation of products and services, exportation of production or parts of them to different parts of the world and subsequent sale at a different place from that of production. Raw materials, materials and products are transported thousands of miles before reaching the end user, which is a major driver and challenge for logistics and the development of logistics services.²

Logistics as a scientific area and management practice is becoming increasingly used, both in the world and in Bulgaria. Historically, to reach its present state, it has undergone many years of evolution.

John Gatorna defines logistics as "the process of strategically managing the acquisition, movement and storage of materials, spare parts and finished goods (and accompanying information flows) within the organization and its marketing channels to fulfill orders in the most efficient way."³ Logistics can be a source of added value and play a vital role in organizational profitability.

In the contemporary context, "business logistics is a dynamic development which, with the increasing globalization of production, market and competition, is becoming increasingly widespread, both geographically and sectorally. At the heart of this trend is the adoption of an integrated approach and the application of the relevant tools in the management of material flows and the accompanying information from their place of origin, through all phases of movement (supply, production, distribution) to the end user."⁴

A natural development of the logistics concept is also the concept of Supply Chain Management (SCM), "going beyond the limits of an individual organization and encompassing the integrated management of participants and processes in the creation and movement of products to consumers."⁵

According to Rakovska, "the reason for the existence of supply chains is the division of labor between organizations in the production and marketing of end products and the growing specialization of participants in the process of creating value for consumers. These actors are interconnected because of the technological dependence of the resources and activities they control. They are interdependent and have a common goal aimed at satisfying end users. As a result, they must cooperate in their interaction and build trust with each other. The basic idea behind supply chain management is that organizations are involved in a system of business relationships for product creation and marketing. Therefore, their competitiveness is linked to the chains in which they participate. This leads to a tendency for competition to occur not between individual organizations, but between chains of organizations that contribute to customer satisfaction."⁶

² Mihova, L. Dissertation thesis: Opportunities for development of sustainable logistics services - macro and micro perspective. UNWE, Department of Logistics, S. 2017, pp. 10.

³ Gatorna, J. Fundamentals of Logistics and Distribution. Publishing house Dolphin Press, Burgas, 1998. pp. 25.

⁴ Chankova, L. The Development of Modern Logistics in Bulgaria as a Condition for Economic Growth. Journal Notifications. EU-Varna. No. 4. 2006. pp. 17-30.

⁵ Dimitrov P., Tolev M., Todorov F., Velichkova E., Korbankoleva I.; 2010, Logistics Systems; S., University Publishing House Economy, p. 24

⁶ Rakovska, M. Supply Chain Management. Publ. house at UNWE, S., 2013, pp. 7-8

Outsourcing of various activities is required as a lasting trend in economic life. The main reasons for this are globalization and the rapid development of technology. Logistics outsourcing is a concept that covers "outsourcing of logistics activities".⁷ This, in turn, leads to the development of the logistics sector. Logistics outsourcing expresses the relationship between an outsourcing organization and a logistics service provider that offers one and more logistics services. When outsourcing logistics, it is important to properly define the activities to be outsourced and the right choice of logistics provider.⁸

The totality of logistics service providers can be defined as the "logistics sector". "The structure of this sector is determined by the relative distribution within it of the various types of providers, which are often distinguished in the literature depending on their level of development."⁹ For this reason, we distinguish between logistics service providers who provide separate services and are referred to as "2PL - Secondary Party Logistics Provider". The most commonly encountered and commented in the literature is the Third Party Logistics Provider (3PL). A special variant of the third partner in logistics is the Lead Logistics Provider (LLP).¹⁰ The development of the logistics sector and logistics providers is mainly due to the growing need and demand for logistics services. Due to the growing need to integrate logistics activities, suppliers are striving to offer more and more bundled services, and so the emergence of Fourth Party Logistics Provider (4PL). The emergence of the Fifth Party Logistics Provider (5PL) is the next stage in the development of Logistics services Providers. He is characterized as a high-tech integrator of the e-commerce-based supply chain.¹¹

Logistics in general and logistics systems in particular exist and are evolving to serve customers. As a result of this vision, the logistics cycle is identified with the customer order execution cycle.

Logistics customer service is a process of providing services. In our opinion, logistics customer services are the end result of the logistics service process, which is a complex of elements, activities and operations aimed at providing a quality completed logistics service.

In the practical implementation of logistics services, the main problem is to determine their level, as it is an integral criterion for evaluating the efforts and results of the service provision, both from the provider's and the user's positions. The quality of the logistics service is considered to be determined by the degree of satisfaction of the customers' needs, which is expressed in the exact fulfillment of the requests, lack of errors, efficient provision of services and striving for continuous improvement of the level of service. At the same time, the quality of

⁷ Dimitrov P., Logistics in Bulgaria - Problems and Prospects for Development, Publishing Complex - UNWE, 2013, p. 63

⁸ Rakovska, M., et al. The Logistics Sector in Bulgaria - Status and Guidelines for Development. Publishing Complex - UNWE, S., 2017, pp. 13

⁹ Langley, C. J, G.R.Allen & M.J. Colombo, 2003 Third-Party Logistics Study: Results and Findings of the 2003 Eight Annual Study. Georgis Institute of Technology, Car Gemini Ernest & Young and FedEx Corporate Services

¹⁰ Langley, C. J, Allen, G. R., Third-Party Logistics Study: Results and Findings of the 2002 Seventh Annual Study. Georgia Institute of Technology

¹¹ Dimitrov, P., Tolev, M., Todorov, F., Velichkova, E., Korbankoleva, Iv. Logistics System, University publishing house Property, S., 2010, pp. 83

logistics provided by a particular provider is always a compromise between the level of logistics service and the cost of doing so. In most cases, the cost also depends on the importance of the level of logistic service to specific users. The greater this importance, the more important should be the various aspects of service in the logistics activities of the organization and the higher should be its level.¹²

Effective management of the supply of logistics services requires its evaluation to determine the correctness of the course of action in terms of customer satisfaction and profitability of the organization. Based on the assessment, weaknesses (if any) should be identified and corrective action taken.

According to Blagoev, "the most important complex criteria for evaluating the logistics service are: accessibility, functionality and reliability. They are the main measures for the quality of the logistics service and provide control and evaluation of its effectiveness.

Differentiation of logistics services and customer service is achieved by adopting different standards according to the following criteria:¹³ availability of assortment varieties and quantities as a percentage of the submitted orders; quantities actually delivered and assortment varieties as a percentage of orders; time (cycle) for executing orders in hours or days and more.

Improving the efficiency of logistics services requires that their goals be based on the strategic goals of the organization as a whole. Logistics policy cannot be seen in isolation but as an integral part of the overall organizational strategy. A well-developed strategy is the basis of an efficient logistics service.

The starting point for developing a logistics service strategy is to accurately identify customer needs.

In our view, it is appropriate to apply Michael Porter's three main competitive strategies to logistics.¹⁴ According to Michael Porter, the main competitive strategies that help to cope with competitive forces and achieve better results than other organizations are:¹⁵ total cost leadership; differentiation; and clear focus.

The following types of strategies are also attached to logistics customer services: strategies for logistics services, according to customer profitability and costs; and personalized customer service strategies.

CONCLUSIONS OF CHAPTER ONE:

- The comparative and critical analysis of theoretical and scientific concepts for logistics and logistics based services clearly shows that they have proved their practical applicability, because thanks to them, the importance of logistics in the economic sphere, the search and provision of logistics, has

¹² Terziev, V., Banabakova, V., Ilseva, M. Georgiev, M. Logistic service levels // Scientific journal. „ECONOMICS AND FINANCE“. GPG Publishing Group, Pretoria, South Africa, 2017, pp. 15-28.

¹³ Vasileva, L. et al. Distribution policy. Part 2. Publising house Trakia – M, S. 2002, pp. 299

¹⁴ Terziev, V., Banabakova, V., Ilseva, M., Georgiev, M. Logistics services strategies. // Scientific journal «Economics and finance». GPG Publishing Group, Pretoria, South Africa, 2017, pp. 28-43

¹⁵ Porter, M. Competitive Strategy. Publ. house Classic and style. S. 2010, pp. 68-80

been developed and confirmed. it became necessary as a result and a new business sector was created - the logistics sector. The modern logistic concept and the logistical tools necessary for its realization are at the heart of not only business life but also the military. On this basis, the process for their application in new areas - such as the social sphere - is developing.

- Logistics in the country and its role in the development of the economy requires an active state policy, which must be aimed at creating conditions for improving the management of their organizations and strategies. This will help to consolidate logistics as a source of competitive advantage. It is also advisable to create a modern logistics infrastructure of the country, which will provide favorable conditions for the development of the logistics sector at national and international level and for attracting the international transit flow of goods.
- Logistics services are the end result of the logistics process, which is a complex of elements, activities and operations aimed at providing a quality logistics service. As market relationships develop, consumers' ability to choose better services is increasing. As a result, their requirements for the level of service increase. The level of logistics customer service is a criterion for the outcome of the implementation of logistics services, both from the position of the logistics service provider and from the position of the user.
- It is appropriate to systematically analyze the relationship between the level of logistics service and service, sales volume, revenue, cost and profit and use the results to make corrective decisions as needed. Decisions to reduce organizational costs should be aligned with the level of logistical services and customer service required to maintain competitive advantages, as they have a direct impact on the organization's market position, supply, distribution and overall logistics costs, and hence profit and profitability.
- Providing quality logistics services requires evaluating them to assess the accuracy of actions in terms of customer satisfaction and profitability of the organization and the development and implementation of standards that require the organization to accurately determine customer service levels, costs providing alternative logistics services and measures for measuring and controlling the services provided.
- Organizations who believe that the core product of any organization is customer service and understand the strategic importance of logistics in this process. Their success in the current environment depends on them taking a focused and systematic approach to the market, carefully considering their priorities and managing their resources as efficiently as possible. The main prerequisite for increasing the efficiency of logistics services is the choice of an appropriate strategy.

CHAPTER TWO: ANALYSIS OF THE STATUS AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF LOGISTIC SERVICES

Chapter Two focuses on the analysis of the status, problems and trends in the development of logistics services. It outlines the trends in the development of logistics services worldwide and analyzes the position of Bulgaria in the world, Europe and the Balkan Peninsula according to the Logistics Efficiency Index - a survey conducted every two years by the World Bank. The development of logistics services in the country from 2000 to the present has been investigated and three periods have been distinguished according to certain criteria - from 2000 to 2009; from 2009 to 2013; and from 2013 to the present. The chapter outlines the characteristics of the logistics service providers and the logistics services offered in the country and the directions for the development of sustainable logistics services in Bulgaria.

Changes in the nature of the demand for logistics services give rise to certain processes and trends in the supply of logistics services and the development and restructuring of the logistics sector¹⁶ worldwide, the main ones being:

- Expanding the service package and geographical scope, most often through mergers and acquisitions;
- Moving from offering single standard services to offering a combination of services, in the sense of Second Logistics Partner (2PL) to Third Logistics Partner (3PL);
- Moving from offering a combination of services to offering complex services, in the sense of a Third Party Logistics Partner (3PL) to a Leading Logistics Service Provider (LLP);
- Specialization in narrow niches - product, sectoral, regional, reverse logistics;
- The emergence and development of organizations providing services (solutions) for managing complete supply chains known as the "Fourth Logistics Partner" (4PL);
- Widespread use of information technology, especially for automatic identification and tracing of goods;
- Increased price competition and decreasing profit margins.

The importance of logistics is increasing and as a result, the growth rate of the logistics sector is increasing. In order to increase the level of service and reduce costs, manufacturing and commercial organizations in many cases outsource their logistics activities.

The main factors influencing logistics outsourcing and the development of the logistics sector are related to globalization processes, which in turn lead to the expansion of the supply chain. On the other hand, the wider geographical scope poses a number of challenges to the logistics sector in terms of costs for logistics

¹⁶ According to P. Dimitrov, the logistics sector is a collection of logistics service providers, Dimitrov, P. Trends in the development of the logistics services market in Bulgaria. Proceedings of the International Conference "Logistics in Theory and Practice", UNWE, S., 2008, pp. 14

activities, underdeveloped infrastructure in some regions, cultural differences and others.¹⁷

The existing spatial concentration of production and stocks also has an impact on the logistics sector, mainly in the following areas:

Firstly, in order to gain a competitive advantage, production is concentrated in fewer places to ensure product quality and economies of scale.

Secondly, by reducing the number of storage locations, inventory costs are reduced as a result of lowering inventory levels while maintaining customer service levels.

The increased demand for logistics services is also a consequence of the rapid development of e-commerce. In this respect, however, the restructuring of the supply chain and the willingness of logistics service providers to make direct contact with the end user are required.

The extent of logistics development in a country should be assessed objectively. This is essential to drawing the right guidelines for action at company and national level in order to improve it. The most important criteria in this respect are international comparisons.

The Logistics Efficiency Index has a number of analytical capabilities for assessing the development of logistics, which should also be used for Bulgaria. In 2007, Bulgaria ranked 55th (index 2.87) out of 150 countries, and in 2010, ranked 63th (index 2.83) out of 155 countries. There is a deterioration in both the relative position of the country relative to other countries and the value of logistical efficiency. In both surveys, Bulgaria is after all EU member states. Bulgaria is also included in the following studies, which allows comparisons to be made both over time (between 2007 and 2018) and with other countries. Table 1. provides a summary of LEI for the period 2007 - 2018 according to World Bank data.¹⁸

Table 1.

Summarized information on Logistics Efficiency Index (LEI) for the period 2007 - 2018 according to the World Bank

Year of study	Number of countries involved	First place in the ranking		Last in the ranking		Bulgaria in the ranking	
		Country	LEI	Country	LEI	Position	LEI
2007	150	Singapore	4,19	Afghanistan	1,21	55	2,87
2010	155	Germany	4,11	Somalia	1,34	63	2,83

¹⁷Fileva, P. Improving customer service in the logistics sector in Bulgaria. Thesis for the award of the Ph D. UNWE, S. 2016, pp.37-57

¹⁸ The World Bank. Logistics Performance Index. Достъпан на: <http://lpi.worldbank.org/>

2012	155	Singapore	4,13	Burundi	1,61	36	3,21
2014	160	Germany	4,12	Somalia	1,77	47	3,16
2016	160	Germany	4,23	Syria	1,60	72	2,81
2018	160	Germany	4,20	Afghanistan	1,95	52	3,03

Bulgaria's position in the World Bank's ranking is dynamic, as is the value of the observed index. For the period 2007 - 2018, no clear indications can be drawn for improving the state of logistics in the country. Our best position is in 2012, when compared to the previous period Bulgaria climbed by 27 places and the index increased by 13.4%. In 2016, however, both the country's position and the index value were the lowest for the whole period. There is a decrease of 25 places in the global ranking compared to 2014, and the value of the index decreases by 11%.¹⁹ In 2018, however, Bulgaria's position improved significantly - the country ranked 52nd, climbing 20 points. The index value is also improving - from 2.81 to 3.03.

The latest survey in 2018 shows both positive and negative results. It is especially positive that Bulgaria has climbed 20 positions up and is ranked 52nd out of 160 countries. In terms of some of the components - the efficiency of customs procedures and the organization of international shipments, the results are also good - 42 and 41 places respectively in the overall ranking. Component competence of the local logistics sector is in a position approximately corresponding to the position of the country - 55. However, there is a very low position of the component timeliness and security of supply - 65 place, compared to the other components. The situation is similar with the quality component of the transport and communication infrastructure - 64 place. For comparison, the assessments of the quality of the infrastructure together with the efficiency of the customs procedures are the lowest during the whole 10-year period - until 2016. For 2016, in the indicator of the effectiveness of the customs procedures Bulgaria occupies 101 place and in the indicator the logistics infrastructure it ranks 97th out of 160 countries participating in the survey.

The main conclusion is that logistics is a weak point in the country's logistics infrastructure. Improving it requires a concerted concerted effort on the part of the state and the logistics sector.

The results of the conducted surveys of the logistics sector as a whole and the logistic services in the country for the period from 2000 to present conditions make it possible to outline the main tendencies of development in this direction.²⁰

The development of the logistics sector in the country is greatly hampered by the conditions offered by the macro environment. State-owned logistics infrastructure is lagging far behind in its development, despite targeted efforts in

¹⁹ Blagoeva, S. Actual Problems of Logistics Development in Bulgaria. Proceedings of the International Scientific-Practical Conference "Modern Logistics - Business and Education", Publ. House Science and Economics, University of Economics, Varna, 2017, p. 26.

²⁰ Fileva, P. Improving customer service in the logistics sector in Bulgaria. Thesis for the award of the Ph D. UNWE, S. 2016, pp. 158-165.

recent years in some areas, mainly in the field of land-based infrastructure logistics. In recent years, the volume of logistics activities has been increasing, which is indicated by the data on the volume of logistic areas in Bulgaria, which have doubled compared to 2009. Although the pace is slower, the logistics sector is developing. For 10 years, in the period 2003 - 2013, the total number of organizations in the logistics sector increased by 16%, but its structure remains.

There is a change in the type of organizations in the logistics sector. The importance of purely freight forwarding activity among logistics service providers in Bulgaria is diminishing. The percentage of freight forwarders decreases at the expense of transport, freight forwarding and logistics organizations. Of the organizations that have been established in the last 5 years, not a small proportion of couriers. The sector is made up mainly of small organizations, with half of them reporting sales of up to BGN 1 million in the last year.

A positive trend is the expansion of the range of logistics services that organizations in Bulgaria offer. About 1/3 of the organizations offer more than half of the basic logistics services. The market of logistics services in Bulgaria is dominated by traditional services related to transport, warehousing and freight forwarding.

Logistics service providers have the necessary knowledge related to the optimization and management of transport activities, but they need the knowledge related to the optimization of the logistics network and the application of logistics technologies. On this basis, in the long run the organization can reduce its competitive advantages. However, logistic service providers have the necessary skills to negotiate, select partners, and analyze and control costs and customer service activities.

A comparative analysis between large and small logistics service providers, the resources available to them and the level of service offered shows that: logistics services requiring staff with specific knowledge and skills are better developed in large organizations. Such services include:²¹ inventory and purchasing management, development and implementation of customized logistics and supply chain management solutions; large organizations are better provided with the necessary technical and technological resources; the education and qualifications of employees are similar in both types of organizations; larger organizations have better competencies and knowledge related to warehouse management; all organizations use software products related to order execution, but more often software products are used by large organizations to process orders; large organizations work purposefully to build strategic partnerships with clients, with the main parameters of their customer relationships being goal compatibility and building, sharing and interoperability.

In summary, the current development of logistics is strongly influenced by the increasing importance of logistics services for the national economy. Logistics is becoming more and more visible in the services sector, including the imposition

²¹ Fileva, P. Improving customer service in the logistics sector in Bulgaria. Thesis for the award of the Ph D. UNWE, S. 2016, pp. 163

of supply chain management as a type of service. At the same time, macro and micro level efforts are focused on preventing the negative impact of logistics on the environment. In recent years, attention has been increasingly focused on green logistics, sustainable logistics, green supply chains and their management.²²

CONCLUSIONS OF CHAPTER TWO:

- The main trends in the development of the logistics services market in the country are: the demand for logistics services in the country is constantly growing, and it is expected that this trend will be maintained in the near future; small and medium-sized enterprises in the manufacturing, construction, domestic and foreign trade are the main customers of logistics services; the logistics market in the country is highly competitive; the Bulgarian market for logistics services offers a wide range of services with a relatively wide geographical scope; there is a tendency to increase the supply of complex logistics services at the expense of the individual ones; the logistics sector in the country is in intensive development; there are a large and growing number of organizations providing logistics services in the country; most of them are expanding their technical capabilities by acquiring their own warehouses and vehicles, as well as implementing modern information technologies; Logistics organizations of the type "Third Partner in Logistics" operate in the country, some of which for certain clients appear as "Leading Logistics Service Provider", with the tendency of these organizations to grow. The market of logistics services in Bulgaria shows that it is in the process of developing and following the trends in the development of the logistics services market in the world.
- The development of the market for logistics services in the country, despite the fact that the general global trends are definitely lagging behind the development of the market of logistics services in the countries with developed market economy in the following areas: the predominance of the supply of traditional services - transport, freight forwarding, warehouse and related their goods handling services, customs services and others; the supply of complex logistics services - management of customer supply and distribution - is comparatively more limited; the logistics sector is dominated by small organizations and single service providers; Logistics organizations such as Third Logistics Partner and Leading Logistics Service Provider have a relatively low share; now the development of organizations such as the fourth partner in logistics; low use of modern information technology for automatic identification of goods; insufficient knowledge of the logistics problems of customers by suppliers, resulting in the provision of separate services, and not complete logistics solutions;

²²Blagoeva, S. Actual Problems of Logistics Development in Bulgaria. Proceedings of the International Scientific-Practical Conference "Modern Logistics - Business and Education", Publ. house Science and Economics, University of Economics, Varna, 2017, pp. 31-32

- Bulgaria's position in the World Bank's ranking for the period 2007 - 2018 is dynamic, as is the value of the Logistics Efficiency Index. Our best position is in 2012 - 36th place, when compared to the previous period Bulgaria climbed 27 places upwards and the index increased by 13.4%. In 2016, however, both the position of the country and the value of the index were the lowest for the whole period - 72nd place and 2.81 index. There is a decrease of 25 places in the global ranking compared to 2014, and the value of the index is decreasing by 11%. In 2018, the position of Bulgaria is 52 places, which shows a significant improvement compared to 2016 - by 20 places up.
- There are no significant changes in the characteristics of the logistics services offered in the period 2000-2016. Transport-related services and mainly road transport, services providing basic warehousing activities and some administrative services predominate. Few enterprises provide value-added services related to the physical realization of material flows. There is a positive trend with respect to some management services, such as supply planning and management, development and implementation of logistics and supply chain management solutions.
- The main directions for improving the state of logistics in the country are: modernization and development of logistics infrastructure, especially in the part of transport infrastructure and intermodal terminals; improving the efficiency of customs procedures; investments in information technology in the field of logistics; improving logistical competence and others.
- Logistics is becoming more and more visible in the services sector, including the imposition of supply chain management as a type of service. At the same time, macro and micro level efforts are focused on preventing the negative impact of logistics on the environment. In recent years, the focus has been on developing sustainable logistics and sustainable logistics based services.
- Logistics and logistics services in the country's business are developing and following global standards. Foreign and Bulgarian logistics companies operating at a high level operate on the logistics market in the country. The experience gained in the field of business logistics and the achievement of very good financial results is an important prerequisite for the development of the logistics sector in the social aspect and for improving the state of logistics and logistics services provided in non-profit organizations - healthcare, social sphere, education and others.

CHAPTER THREE. USE OF LOGISTIC SERVICES IN THE DEVELOPMENT OF EUROPEAN SOCIAL POLICIES

Chapter Three analyzes the possibilities of using logistical services in the development of European social policies and the main directions in the vision and actions of the European Union on social policy. It outlines the definition of social logistics, the areas of application of social logistics and its role in the development of social policy. The relationship between social logistics and security has been

explored. The chapter provides for a comparative and critical analysis of the scientific and scientifically applied formulations of the concept of corporate social responsibility and examines the relationship between socially oriented business logistics and this concept. It also outlines the main lines of European policy on social responsibility for logistics and multimodal transport and finally develops a SWOT analysis of the social practices implemented by the logistics service providers in the country and the benefits for them.

In contemporary context, "social policy issues are gaining in importance and relevance. Social policy includes a wide range of elements, among which social relationships occur as a result of the influence of a number of factors. To a certain extent, this impedes the precise definition of the content and scope of social policy."²³ Social policy should be seen as a set of policies that promote and make possible the social inclusion and personal realization of people. Social policy is seen as a partnership policy between citizens, business, non-profit organizations, social partners and the state.

According to Terziev, "social policy is at the heart of each country's development and governance. Although influenced by a large number of factors and problems, it largely determines the physical and mental state of the population, as well as the relationships and relationships between people. On the other hand, social policy enables a more global study and resolution of vital social problems of civil society. On the basis of the programs and actions of political parties and state bodies, the directions for the development of society are outlined."²⁴

The legal basis for social and employment policy in the European Union is in accordance with Article 3 of the Contract on European Union (CEU) and Articles 9, 10, 19, 45-48, 145-150 and 151-161 of the Contract on the Functioning of the European Union (CFEU).²⁵

The main objectives of the European Union and its Member States in the social and employment fields, under Article 151 CFEU, are to promote employment, improve living and working conditions, adequate social protection, social dialogue, human resources development with a view to high and a sustainable level of employment and combating exclusion from social life.

The realization of these goals has evolved, resulting in several stages. These stages can be conditionally distinguished on the basis of the conclusion of treaties of strategic importance within the European Union: from the conclusion of the Treaty of Rome to the Treaty of Maastricht; from the conclusion of the Treaty of Amsterdam to the Treaty of Lisbon; development after the Lisboa Treaty.

European Union countries respond by developing market-oriented strategies in the public sector, providing consumer-oriented assistance and services and focusing on output rather than the input of the social assistance system. The

²³ Christova, Sv. and Chr. Christov. Social Policy. Publishong House Ciela, S. 1999, pp. 10-11

²⁴ Terziev, V. Policies and instruments for social development. Academy of Innovation and Sustainability, Plovdiv, 2018, pp. 25

²⁵ Kraatz, S. Social and Employment Policy: Common Principles, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/52/social-and-employment-policy-general-principles>, 10. 2018 - last visited on 09/08.2019

decisions adopted are within the framework of the "more market - less state" and "more voluntary - less professional" schemes. The social dimension of European integration has evolved significantly over the years, but the process continues. It is a key aspect of the Europe 2020 strategy, which aims to ensure high-employment inclusive growth and reduce the number of people living in poverty or at risk of social exclusion.²⁶

Social services are activities to support persons and families who are difficult or unable to meet their basic needs of life. These services are provided by the state and municipalities, by individuals and legal entities after licensing.

Current logistics trends can offer opportunities to optimize the social service delivery process by developing Third Party Logistics (3PL) schemes that provide a single point of contact for customers by organizing and managing the activities of individual units and elements, related to the provision of the social service, and the type of Fourth Logistics Partner (4PL) to coordinate and control the overall activity of providing the social services performed by the previous type of providers.

In contemporary conditions, the idea of applying logistics to areas that are unrelated to either the military or business spheres is required, resulting in the identification of a third area called social logistics. Social Logistics aims to introduce a social (human) factor into systems and to apply logistical principles and methods in solving the problems of society.²⁷ Social logistics can be defined as the art of managing socially significant material flows (and related information flows) in order to achieve certain spatial and temporal advantages needed to ensure the proper functioning of society and to ensure an adequate quality of life.²⁸

The concept of social logistics (logistics of social flows and processes) is related to, but not identical to, the concept of socially oriented logistics (studying the problems associated with the environmental impact of transport, packaging, processing and reverse logistics). Unlike social-oriented logistics, social logistics does not address the logistics of material goods and services.

Social logistics covers diverse areas of knowledge such as queuing theory, sociology, economics, systems management and ergonomics. The aim is to achieve a synergistic effect in the social system. It is important for social logistics to make minor sacrifices on the part of each individual, which, however, has an added value (higher than the overall cost) for society as a whole.

The public sphere is a new field of application for logistics. The connection is logical, since practically all logistics activities are carried out with the participation of people, in the social sphere they directly or indirectly relate to people, and as a result serve the people. It is necessary to understand that it is necessary to take into account the needs and requirements of the individual, not

²⁶Kraatz, S. Social and Employment Policy: Common Principles, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/52/social-and-employment-policy-general-principles>, last visited on 10/08.2019

²⁷Andryushchenko, A. Social Logistics: An Innovative Mechanism for Managing the Consolidation of Society, *Sociological Almanac*, No 3, 20102, pp. 48-54

²⁸Kołodziejczyk, P., J. Szołtysek, *Epistemologia logistyki społecznej*, *Przegląd Organizacji*, Nr 4/2009, pp. 21

just large groups of people (collectives, staff in the enterprise and others), which also determines the role of logistics in the social sphere.

Another reason for the development of social logistics is the growing tendency to achieve sustainable development, protect the environment and increase corporate social responsibility.

In our view, **social logistics** is a multidimensional concept that involves the direct or indirect application of a logistic concept, based on the integration and optimization through logistical tools of material and human flows and the respective information flows, to the supply of public spheres and activities related to people's health, their quality of life and their safety and security.²⁹

However, the most important precondition for the development of social logistics is the awareness of its focus on the needs of society. Accurate fulfillment of the main seven tasks of logistics, namely delivery of the right product, at the right time, at the right place, at the right quantity and quality, at the right price (from the point of view of consumers) and to the right consumers, is obligatory, but social logistics the needs of society and improving its quality of life are fundamental.

Social logistics is validated on the basis of the expediency of applying the logistics approach in the public sphere. The application of logistical principles in the public sphere is mainly in the following **areas**:³⁰ crisis management, mainly in the provision of humanitarian aid; healthcare logistics services; optimization of logistics in the field of managing a large mass of people, mainly in managing their events at public events, in organizing public elections and others.

New logistics applications that shape social logistics can be divided into three groups, based on the frequency of application in practice. (Table 2)

Table 2.

Areas of application of social logistics, divided by the criterion of application period

With continuous action	With periodic action - beginning and end	If necessary
Blood Resources Logistics	Election Logistics	Humanitarian Aid
Health logistics	Logistics of sporting events	Transport logistics
Logistics of prisons	Logistics of mass events held in certain permanent places	Transplantation logistics
Logistics of tourism		Logistics of mass events

²⁹ Author's definition

³⁰ Sholtysek, J. Social Logistics is a New Direction for the Development of Logistics Theory and Practice. Terminology in Logistics and SCM. # 2 (43), April 2011, <http://www.lscm.ru/index.php/en/po-godam/item/1068> - last visited on 02/12/2019

City logistics		Dangerous goods transport logistics
Logistics in serving the unemployed, disabled and disadvantaged		Logistics in order to maintain order in the public space
		Logistics of the social message

Social logistics contributes to improving the security of the country, through its components, healthcare logistics and related logistics of blood resources and transplantology logistics; city logistics; logistics for servicing the unemployed, the disabled and the disadvantaged; logistics of sporting events; logistics of transportation of dangerous goods and others. In this respect, social logistics not only takes care of the health and quality of life of people, but also contributes to improving their safety and job creation.

Social logistics is validated on the basis of applying a logistical approach to the provision of events and events for which security is of utmost importance, such as crisis management logistics; humanitarian aid logistics; organization of logistics in managing a large mass of people at public events and in organizing public elections; logistics for maintaining order in the public space, logistics for prisons and more.

The current trends in the field of logistics are aimed at its development in a sustainable direction, which is to strike a balance between economic interests, on the one hand, and the environmental and social interests of the individual, society and the planet, on the other. The pursuit of the balanced development of the three dimensions of logistics - economic, environmental and social - directly leads to greater national security.

The development of socially oriented logistics is based on the concept of corporate social responsibility.

Socially oriented logistics is a mechanism for the optimal allocation of primary (produced) resources, taking into account the effectiveness of their use in socially significant areas and the mechanism for planning the cyclical nature of the processing of newly created materials and products using new methods and technologies.³¹

Socially oriented logistics is also seen as a special form of logistic activity, the results of which are expressed not so much with an economic effect, but with a social effect in the form of socially significant consequences of this activity, in most cases they can become the main purpose of its implementation. . The relationship between these two effects - economic and social - and their priority are largely determined by the mission, goals, sources of investment and management of logistics structures with a social orientation.³²

³¹Keivanova, E. V., Forming Socially Oriented Logistics, Logistak Magazine, No. 5, 2014, <http://loglink.ru/massmedia/analytics/record/?id=1565> - last visited on 02/15/2019

³²Novikov, D., Zharikova, V. V. and N. A. Chaynikova, Socially Oriented Logistics: Goals, Tasks and Economic Efficiency, Logistics Journal, № 9, 2014, Keivanova, EV, Forming Socially Oriented Logistics, Journal Logistak, №

The application of corporate social responsibility in the logistics industry can lead to improved financial efficiency and differentiation from competitors, rather than traditional price competition instruments.

The European Union's logistics policy is aimed at achieving sustainability and social responsibility.

The European Parliament's view on logistics in the European Union and multimodal transport (2015/2348 (INI)) is that modern efficient transport and logistics are crucial to the effective functioning of the European Union's internal market and are an important factor in ensuring competitiveness, creating new opportunities for business and employment, protecting the environment, mitigating the effects of climate change and reducing carbon dioxide emissions from transport.

One of the objectives of the Commission's White Paper on Transport is to achieve a transfer of 30% of freight in road transport over 300 km to more sustainable modes of transport, such as rail and water, by 2030 and over 50% of these freight by 2050, which requires the development of appropriate infrastructure, given that European transport policy and international corridors can make an important contribution to the achievement of the Union's climate-related objectives and the Paris Agreement signed within the 21st conference of the Parties to the UN Framework Convention on Climate Change.

At the heart of the development of sustainable logistics services is the concept of sustainable development and its three pillars, respectively, economic, environmental and social. The provision of sustainable logistics services on a global scale tends to lead to the leading role of the economic aspect, but environmental and social aspects are constantly increasing their importance for consumers, leading to an increase in their expectations and demands for service. Sustainable logistics services are becoming a necessity for competitive and sustainable development of logistics companies.

The social dimension of sustainable logistics is related to the implementation of social practices by logistics providers.

The main guidelines for examining the extent to which such practices are implemented by organizations in the logistics sector are the conditions of safety and social action for employees and the public. (Table 3)

Table 3.

Indicators for assessing the social dimensions of logistics service providers

Safety Conditions	Measures to Improve Safety Conditions	Measures to employees	Measures to society
Ergonomic workplaces	Medical	Training new	Promotion of

	examinations before appointment	employees	eco projects
Health protection (for example, emissions, radiation, etc.)	Preventive health checks	Regular training and development programs	Long-term employment
Transport incident protection	Safety training	Regular employee satisfaction surveys	Training's program
Accident protection in storage areas	Improvements to transport and storage equipment security systems	Individual opening hours	Training for the disabled
Incident protection in loading / unloading areas	Customer cooperation	Career opportunities	Other support for social projects (eg organizational or managerial)
	Collaboration with other logistics companies	Financial incentives for good results	Donations for social projects
		Childcare for employees	

The implementation of social practices by logistics providers and the benefits can be examined on the basis of SWOT analysis (Table 4).³³

Table 4.

SWOT analysis
Social practices implemented by logistics service providers and their benefits

Strengths	Weight	Weaknesses	Weight
1. Competitive development	5	1. Insufficient ergonomic jobs	5
2. Sustainable Development	5	2. Insufficient ergonomic jobs	3
3. Good work safety conditions	4	3. Poor training for trainees	4
4. Safe work training	4	4. Weak social measures in relation to society	3
5. Safety of equipment related	3	5. Insufficient care for the	4

³³The indicators and their weights - from 1 to 5 in the SWOT-analysis were determined on the basis of the results of the conducted study - Rakovska, M., Mihova, L. et al. The Logistics Sector in Bulgaria - Status and Development Guidelines. Publ. house - UNWE, S., 2017, pp. 177-182

to logistics activities		career development of employees	
6. Social sustainability of the services provided	4	6. Poorly flexible individual working hours	3
7. Training of new employees	5	7. Poor care for employees' children	2
8. Financial incentives for staff	4	8. Poor training for disadvantaged people	3
9. Employee Satisfaction Survey	5	9. Poor promotion of environmental projects	3
10. Donations for social projects	3	10. Low employment of long-term unemployed	2
11. Environmental practices to protect the health of employees, people and society	5		
Opportunities	Weight	Threats	Weight
1. Global trends in the implementation of social practices by logistics providers	5	1. Bigger investments - rising costs	5
2. EU standards and international standards. Environmental Management Systems and Standard Series 14001	5	2. Unreliable subcontractors	5
3. EU 2020 Strategy	4	3. Lack of mechanism to accurately determine the benefits of implementing social practices	4
4. Government regulation - programs to encourage and support businesses in implementing sustainable practices	4	4. Low level of cooperation with other logistics companies	2
5. Health and Safety at Work Act	4	5. Not a good overall organizational culture	4
6. Consumer expectations and demands have increased	5		
7. Improved image	5		
8. Competitive advantages	5		
9. Better, even market leadership	5		

The SWOT analysis considered is presented graphically in Figure 1.

Figure 1. SWOT analysis of social practices implemented by logistics providers and their benefits

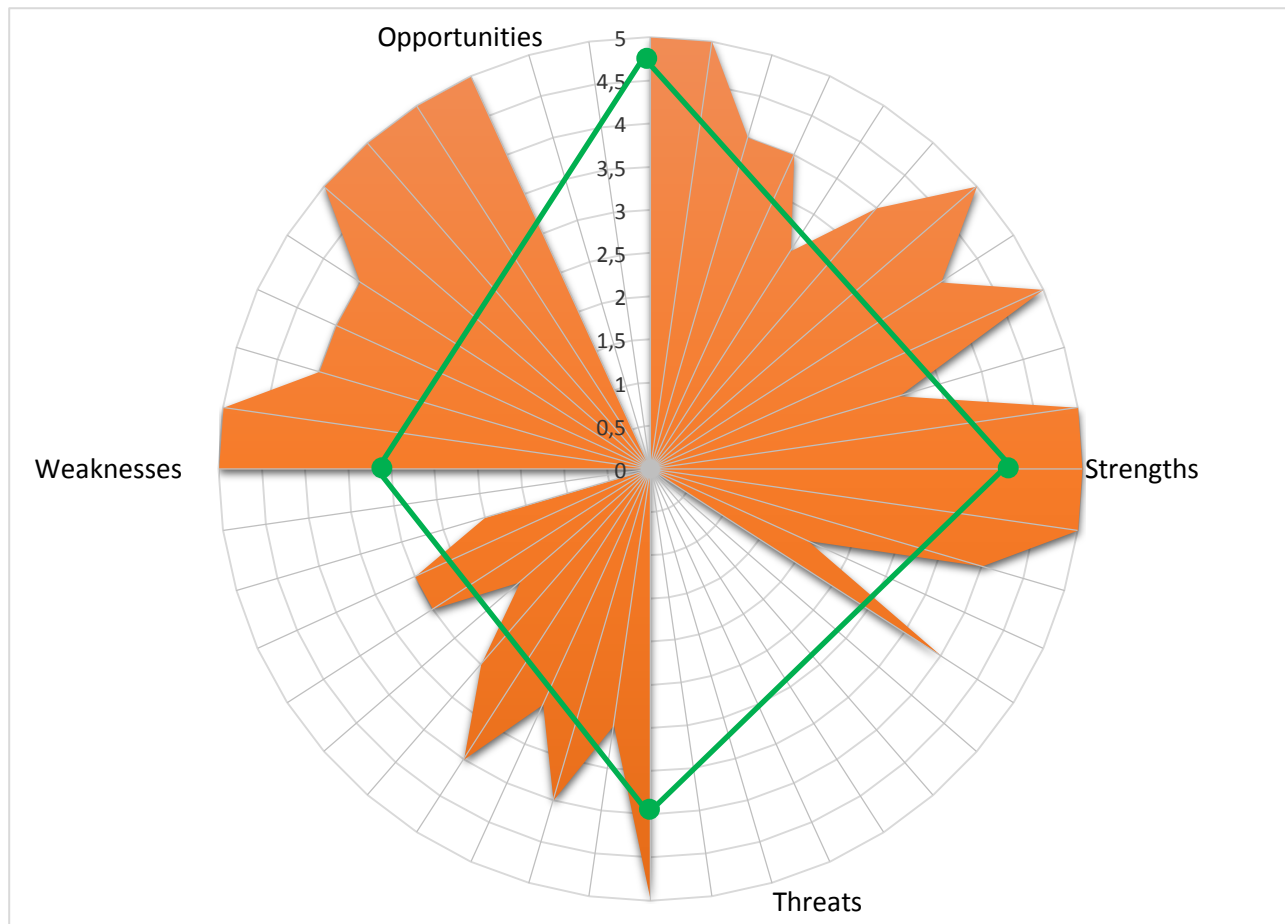


Figure 1 shows that the development of social practices implemented by logistics service providers is in the right direction and the benefits are visible. However, focused work is needed in the following areas:

- Maintaining and improving the positive conditions and trends in the implementation of social practices;
- Identify measures to gradually overcome weaknesses resulting from the lack or low availability of some social practices;
- Study and analyze the positive influencing factors of the macro environment and make the most of them;
- Study and analysis of the negative influencing factors of the macro environment and identifying measures to reduce the negative consequences.

Based on the analysis of the development of the social practices of logistics service providers and their benefits, it can be concluded that it is appropriate to develop and implement an effective competition policy and strategy for the implementation of social practices by the logistics service providers.

In this respect it is necessary to: study and determine the practice of competitors - other logistics service providers, in the application of social

practices; identifying and evaluating key measures of social practices that will make the organization a preferred logistics service provider; evaluation of each variant of social practices in terms of economic and social efficiency; selecting and formulating the most appropriate strategy for the logistics service provider to improve the social dimensions of its business; adopting a social practices program to improve the image and attract and retain clients, business partners and investors; and conducting systematic, overall control and evaluation of the results of the implementation of social practices, identifying deviations from adopted standards and rules, as well as the organization's strategy and policies, discovering the causes of such deviations, and adopting decisions to correct actions, according to the specific situation.

CONCLUSIONS OF CHAPTER THREE:

- Social policy is aimed at the set of regulatory impacts of the state (municipality) in order to ensure equality and fairness within the economic capabilities of society while meeting the basic needs of the people. The needs of the individual and society as a whole are at the heart of social policy. On this basis, social policy includes all elements regulating the effects of the state (municipality) and activities aimed at optimally meeting these needs, improving the quality of life and their safety.
- The provision of social services in the country is characterized by the dispersion of the individual elements of the service between different institutions and units and spatial fragmentation, which in turn leads to a huge expenditure of time and financial resources for the clients. Modern logistics tools can offer opportunities to optimize the process of providing social services. Also important is the application of modern information technologies that allow monitoring and coordination at every stage of the provision of the social service.
- Activities such as logistics and marketing, through their contemporary manifestations - social logistics and social marketing, can also be seen as elements of social policy. The most important prerequisite for the development of social logistics and social marketing as elements of the common social policy is awareness of their focus on the needs of society as a whole and of individuals, improving the quality of life, protecting the environment and achieving sustainable development. Social marketing promotes ideas in this direction, and social logistics puts them into practice.
- Socially, logistics should be developed in the following three areas: social logistics; socially oriented business logistics based on the concept of corporate social responsibility; and implementation of social practices by logistics providers.
- Social logistics is entirely based on the logistic concept, but instead of the economic system, the social system is considered, and individuals and the links between them are perceived as elements and corresponding links of the

logistics chain. These logistics applications are based on basic logistical assumptions and principles, but they have a specific social direction. The purpose of the management of material flows and the accompanying information flows in these fields is to achieve the desired social effect, which is measured by the degree of satisfaction of basic social needs. In social logistics, members of the public are not just consumers who buy goods or services, but people who need protection and a higher quality of life. Social logistics applications are related to fundamental civil rights, such as the right of people to be protected, healthy and to settle their life at different levels. The implementation of social logistics in the public sphere requires active state intervention and the establishment of the necessary logistics structures at the national, regional and municipal levels, the appointment of logistics specialists and the use of the experience gained in the field of business logistics.

- National, including economic and social security are directly influenced by the quality of management of scarce national resources in the face of alternative societal goals and a series of threats and disruptions to the economic process. The main task is to effectively maneuver resources and ways to achieve resource flexibility. The modern logistical approach and its tools make it possible to optimize costs and resources according to the specific goals set. Social logistics plays an important role in ensuring and enhancing national security in the following areas: optimal use of resources; care for the health, safety and employment of the population; logistics of activities and activities for which security and protection of the population is a top priority; achieving sustainable development through the economic, environmental and social dimensions of logistics activities.
- Corporate social responsibility is an element of organizational culture that requires the fulfillment of the voluntary commitments undertaken by the companies, whereby personal benefits and private corporate interests are relegated to the background and a new vision for corporate values is being established. Business practice provides good examples of socially responsible companies developing more successful businesses. In this sense, corporate social responsibility is a significant economic factor leading to the creation of added value and long-term benefits.
- From the presented initiatives for the implementation of corporate social responsibility in economically leading countries in Europe such as Germany and Austria, it can be concluded that the application of corporate social responsibility is a national policy for these countries. It is implemented with the active participation of the respective ministries and state institutions, is based on legal regulation and is constantly looking for opportunities for its development. The initiatives are aimed at stimulating business in this direction as well as the society, the environment and, above all, people with

disabilities and disadvantaged people. In Bulgaria, good practices for corporate social responsible behavior are developing, but there is still no active state policy in this regard.

- The development of socially oriented logistics is based on the concept of corporate social responsibility. Socially oriented logistics is based on the nature of the relationship between social and economic effects. A characteristic feature of socially oriented logistics is its sustainable functioning and development, although the associated costs are higher. The overall economic impact of this logistics is shaped not only by the direct marketing of logistics services, but also by the positive consequences of socially significant transformations. The aim is to obtain a social effect that can, in the long run, repeatedly outweigh the main economic effect and costs and provide a greater image and competitive position of companies in the market.
- The European Union's logistics and freight policy aims to facilitate the maintenance of an enabling environment, overcoming difficulties and harnessing growth and jobs potential in the sector against the background of changing economic and social trends, dynamic technological change and increasing more globalized trade. Increasing energy costs, the need to reduce CO2 emissions, competition for attracting talented workers in aging societies, accelerating the digitization and automation and autonomous functioning of vehicles and processing, increasingly integrated supply chains and the ongoing containerization a wide range of challenges and opportunities that have an impact on the logistics sector.
- The main social practices implemented by logistics providers in the country are aimed at providing very good security conditions that are specific to the logistics sector and developing security measures. The leading providers of logistics services in the country - Bulgarian and foreign - are developing comprehensive programs for social measures to improve working conditions, increase the satisfaction of their employees and for the benefit of society and the environment. They consider that human resources are their most valuable asset, so they take special care of their employees, while at the same time social practices aimed at society and the environment improve their image and their position in the market.
- The use of logistics services for the development of social policies at European, national and local level is based on the application of modern logistic tools, which require the integration and coordination of logistics activities in order to optimize their implementation time and overall logistics costs, but from the point of view point of the needs and requirements of the individual and society as a whole.

CHAPTER FOUR. TOOLS FOR IMPROVEMENT OF SOCIAL MEASUREMENTS OF LOGISTICS SERVICES

Chapter Four sets out tools for implementing European social practices that relate to logistical tools and complement each other. It explores the interaction between logistics and marketing and the role of application of customer relationship management (CRM) systems as a prerequisite for the social behavior of the organization. The characteristics of social marketing are presented in two areas of application - in the public sector and in the business sphere and the aspects of interaction between social logistics and social marketing are outlined in order to achieve a synergistic effect for the development of social policies. The chapter also proposes models for improving the social dimensions of logistics services in two directions - a model for assessing the social impact of logistics services and a marketing model for satisfying the users of logistics services with quality, service and value. The proposed models are interconnected on the basis of the interaction between social logistics and social marketing aiming to increase the level of content of people's needs, their satisfaction and quality of life.

The development of social logistics and its elements and enhancing their role and importance for social policies and social practices requires the effective application of modern logistics tools. In this respect, they are essential, but other tools are also important, such as marketing tools implemented by social marketing and tools based on the interaction between social logistics and social marketing.

Social marketing and social logistics are inextricably linked and their interaction is imperative.

What they have in common is their focus on the needs of society.

Social marketing aims to persuade people to adopt a particular idea for their benefit or benefit to the environment, to give up bad habits, to consume goods and services that are useful for them. However, presenting the message in an effective communication campaign is followed by its acceptance and as a result a change in people's behavior. Implementing this change requires the application of social logistics, which should create the necessary conditions such as space, time, staff, optimal costs and more to provide the idea, product or service promoted by social marketing.

For messages to be effective, they must be obvious and located in time and space closer to the desired behavior, as social marketing is viewed in terms of influencing individual behavior. The proximity in time, space and place is ensured by social logistics.

In response to the challenges posed by requests to improve service delivery within their limited budgets, public sector organizations need to take joint action in the field of social marketing and social logistics, and the expected result should be the delivery of programs and services with higher speed, quality, efficiency and convenience.

The example of a cancer campaign and smoking cessation campaign (discussed in section 4.4.1. of the thesis) showed that the main three strands of the social marketing campaign were:

- Smoking warnings;

- Presenting methods for quitting cigarettes;
- Organizing teams of physicians tasked with implementing the new methods.

The implementation of the second and third strands of the campaign is impossible without the social logistics, whose task is to organize the entire logistical process of gathering people in one place - users of the idea / service and specialists, ways of presenting the methods and training on them, providing additional consultations, promotional material and more. And this whole process has to be coordinated and synchronized across time, place, information service, quality and quantity and cost optimized.

A campaign for the conservation and purification of nature also cannot be carried out without social logistics, because people who embrace the idea and want to put it into practice must be organized and provided in terms of time, place, materials and organization needed for disposal of waste.

One of the main areas of application of social marketing and social logistics is healthcare. It, in turn, is extremely important for the quality of life of people and their safety and security.

Social marketing is an effective tool for promotion and prevention of health, and social logistics - for their implementation in the following areas: commitment of the state to a certain health problem and ensuring the quality of health services for its resolution; implementing outsourcing as an innovative means of reducing costs and increasing the effectiveness of public health promotional programs, by outsourcing to private sector companies and subcontracting certain services and more.

The main tasks of social marketing are related to the study of the needs of the society and the individual groups of users, the degree of their satisfaction, defining the most effective approach to persuade the audience, developing a communication program to promote the idea, product or service, providing methods for implementing a specific promotional or prophylactic program, not just "selling the idea" for promotion or prevention.

The main tasks of social logistics are related to the actual satisfaction of the needs of society or individual groups of consumers, by delivering the presented goods and services from the social marketing program or by providing the necessary conditions for the practical implementation of the promoted social idea.

The intersection between social marketing and social logistics is the third element of the marketing mix - place.

In the definition of the elements of the social marketing mix, a place to acquire a product in social marketing is where and when the target audience may be able to display the desired behavior to obtain a nonprofit product.³⁴

³⁴ Nikolova, N. Social Marketing: The New Philosophy of Business Responsibility. International Scientific Conference "Economic Well-being through Knowledge Sharing". Business, management and marketing. Business Academy "D. A. Tsenov", Svishtov, Volume 3, Svishtov, 2016, pp. 98-99

In classical marketing theory, the third element of the marketing mix is logistics, whose task is to deliver the product or service to the consumer in the most efficient way.

The role of social logistics in the mix of social marketing is the same. The difference is in the goals, which in social marketing and social logistics are not only economic - profit and cost reduction, but are mainly focused on the needs of society and the environment. - Table 5.

Table 5.

Relationship between social marketing and social logistics

Social marketing - elements of the mix			
Product	Price	Social Logistics	Promotion
-an idea for the benefit of society -change of behavior in a positive aspect -goods for the benefit of society -service to the benefit of the community	-a value characteristic of the change in human behavior	-provision of space, time, people, conditions, material resources and optimal costs to enable the target audience (consumers) to exhibit the desired behavior to obtain the non-profit product	-communication persuasion and the tactics by which the product is made known, even desired by the community

The aim of the interaction between social marketing and social logistics is to achieve a synergistic effect in the social system. It is important for social marketing and social logistics to make minor sacrifices on the part of each individual, which, however, have an added value (higher than the overall cost) for society as a whole.

An important reason for the development of social marketing and social logistics is the tendency to achieve sustainable development, protect the environment and increase corporate social responsibility. Social marketing promotes ideas in this direction, but it is social logistics that puts them into practice.

However, the most important prerequisite for the development of social marketing and social logistics is the awareness of their focus on the needs of society as a whole and of individuals, improving the quality of life, protecting the environment and achieving sustainable economic development.

For the practical implementation of the interaction between social marketing and social logistics, marketing and logistics programs need to be developed jointly by the appropriate specialists when launching a social campaign, to ensure the necessary degree of synchronization and coordination. This is the way to ensure

that the ideas, products or services presented by social marketing will be put into practice.

The toolkit for improving the social dimension of logistics services also includes the application of models whose main objective is to achieve a higher level of social impact and social efficiency. Social efficiency is a consequence of higher economic efficiency, but it is also higher and has an adverse effect on it. Social outcomes affect the image of businesses and objects, attract and retain customers, business partners and employees, and this, in turn, has serious economic consequences in a positive direction. Social efficiency is determined by the resource efficiency or costs of obtaining certain social results, which are expressed through better satisfaction of needs and consumer demand, saving time or less time for buyers, greater satisfaction from purchases and service, more additional services for buyers and visitors, and more.

Achieving better social results in the provision of logistics services is directly linked to the application of a high level of logistics service culture. The logistics sector is one of the fastest growing sectors worldwide and in our country. This sector is fully focused on customer service, both natural and legal, and on this basis, awareness of the role of the logistics service culture is of the utmost importance.

The logistics service culture is related to the quality of customer service in organizations providing logistics services. The high culture of logistics services requires contemporary modern material and technical facilities, offering the sought-after attractive updating portfolio of logistic services, as well as high cultural manners, attention and competent care by the service personnel.

The proposed and validated model for improving the social performance of logistics service providers by enhancing the culture of logistics services involves the consistent implementation of the following steps:³⁵ - Table 6.

Table 6.

A model for improving the social performance of logistics service providers by enhancing the culture of logistics services

Stages of application of the model	Contents of the different stages
Analysis of the main elements and factors of the logistics service culture	Factors and elements related to the material and technical base
	Factors and elements related to the range and quality of logistics services offered, according to customer demand
	Factors and elements related to the direct customer service of logistics staff Factors and elements

³⁵ The model is adapted according to Salova, N. Commercial Management. Publ. House Science and economics. EU - Varna, 2010, pp. 311 - 332

	related to the direct customer service of logistics staff
Assessment, through a system of indicators, of the social performance of logistics service providers, based on the state of the logistics service culture	Logistics level assessment Indicators:
	-Width and depth of the offered range of quality and demanded logistics services in order to fully satisfy customer demand. - Service speed. -Terms and conditions of service. -Quality of direct service by logistics staff. -Organizing appropriate forms of additional service.
	Assessment at the level of a large logistics company, municipality, region and the whole country Indicators: - The most complete satisfaction of customer demand for logistics services. -Reducing the time spent by customers in connection with the use of logistics services. - Providing greater satisfaction with the purchase of logistics services and visits to logistics sites. - The most complete satisfaction of the consumer demand for a variety of additional logistical and cultural services provided through the logistics sites.
Highlight problems and identify measures to improve social outcomes by enhancing the culture of logistics services	Promoting the importance of a logistic service culture in perspective Increasing and increasing influence of logistics on consumption Problem with saving time for customers Assessment and incentive issues to enhance the culture of logistics Problems related to the maintenance and development of the material and technical base Problems related to better management, formation and regulation of the portfolio of logistics services Issues related to the training and quality of logistics staff.

In the face of intense competition and dwindling demand, there is a growing need to shift organizational philosophy from product and sales philosophy to customer and marketing philosophy. In this sense, targeted action is needed to win

customers and outstrip competitors, with the answer being to better guess and meet customer needs.³⁶

Customer-oriented philosophy requires exploration of issues related to determining what customer value is and customer satisfaction; how leading organizations produce and deliver high value and customer satisfaction; how organizations retain and attract customers; how customer profitability is determined and how total quality marketing is conducted.³⁷

The answer is the proposed model for satisfying the users of logistics services with quality, service and value - Table 7.

Table 7.

A model for satisfying the users of logistics services with quality, service and value

Steps for implementing the model
Step one: Determine the value for the customer.
Stage Two: Delivering value to the customer.
Stage Three: Customer Retention.
Stage Four: Key Account Management (KAM).
Stage Five: Determining the customer's profitability.
Stage Six: Marketing the Total Quality Marketing.

The marketing model presented and tested has a social dimension as it aims to better satisfy the users of logistics services with quality, service and value.

To evaluate the relevance and applicability of the proposed models - a model for assessing the social impact of logistics services and a marketing model for satisfying users of logistics services with quality, service and value, a survey was conducted among companies providing logistics services.³⁸

The surveyed companies are from different fields of activity - wholesale, retail, international trade, distribution, production, transport, logistics, repair, service and other services and two non-profit organizations that also provide logistics services and serve customers. According to the volume of activity and the number of personnel, the enterprises are mainly small and medium-sized and one of them can be defined as a large logistics company with headquarters in Vienna, Austria.

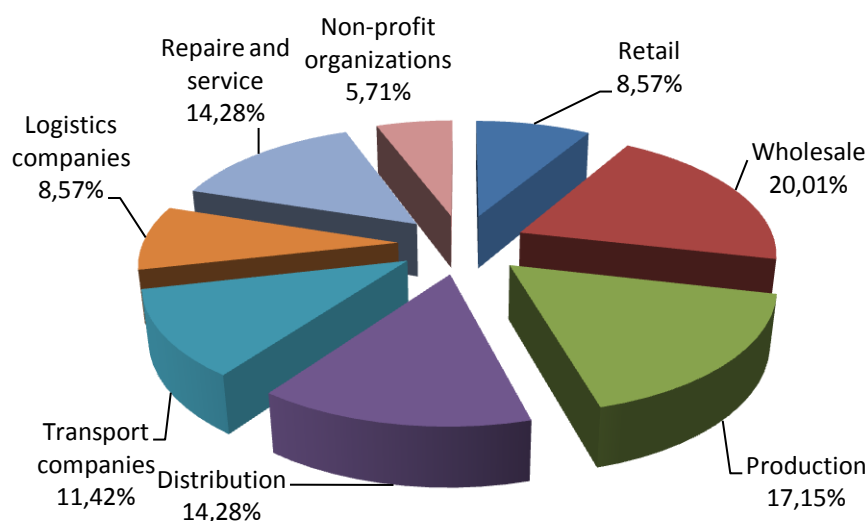
The breakdown of the enterprises surveyed by activity is presented in Figure 2.

³⁶ Kotler, F. Marketing Management. Volume 1, Publ. House Grapheme. S. 1996, pp. 42-72

³⁷ The model was adapted by Kotler, F. Marketing Management - Analysis, Planning, Implementation and Control, Volume 1, Publ. House Graffema, S., 1996, pp. 41-72

³⁸ The survey was conducted through 2019. It included 35 respondents - companies providing logistics services. Respondents were provided with the models proposed in the dissertation in advance in order to familiarize themselves with them and give their opinion for the purpose of the questionnaire.

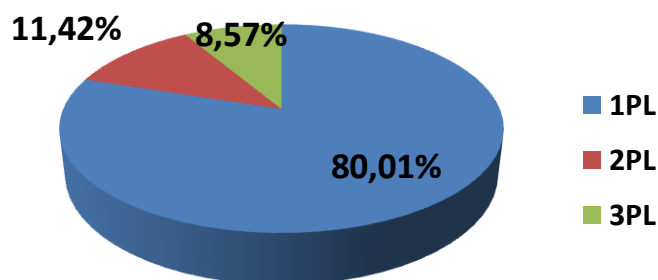
Figure 2. Areas of activity of the surveyed enterprises



The surveyed enterprises are from different regions of the country and from abroad - Veliko Turnovo, Gabrovo, Sofia, Shumen, Varna regions and from Vienna, Austria and Pristina, Kosovo.

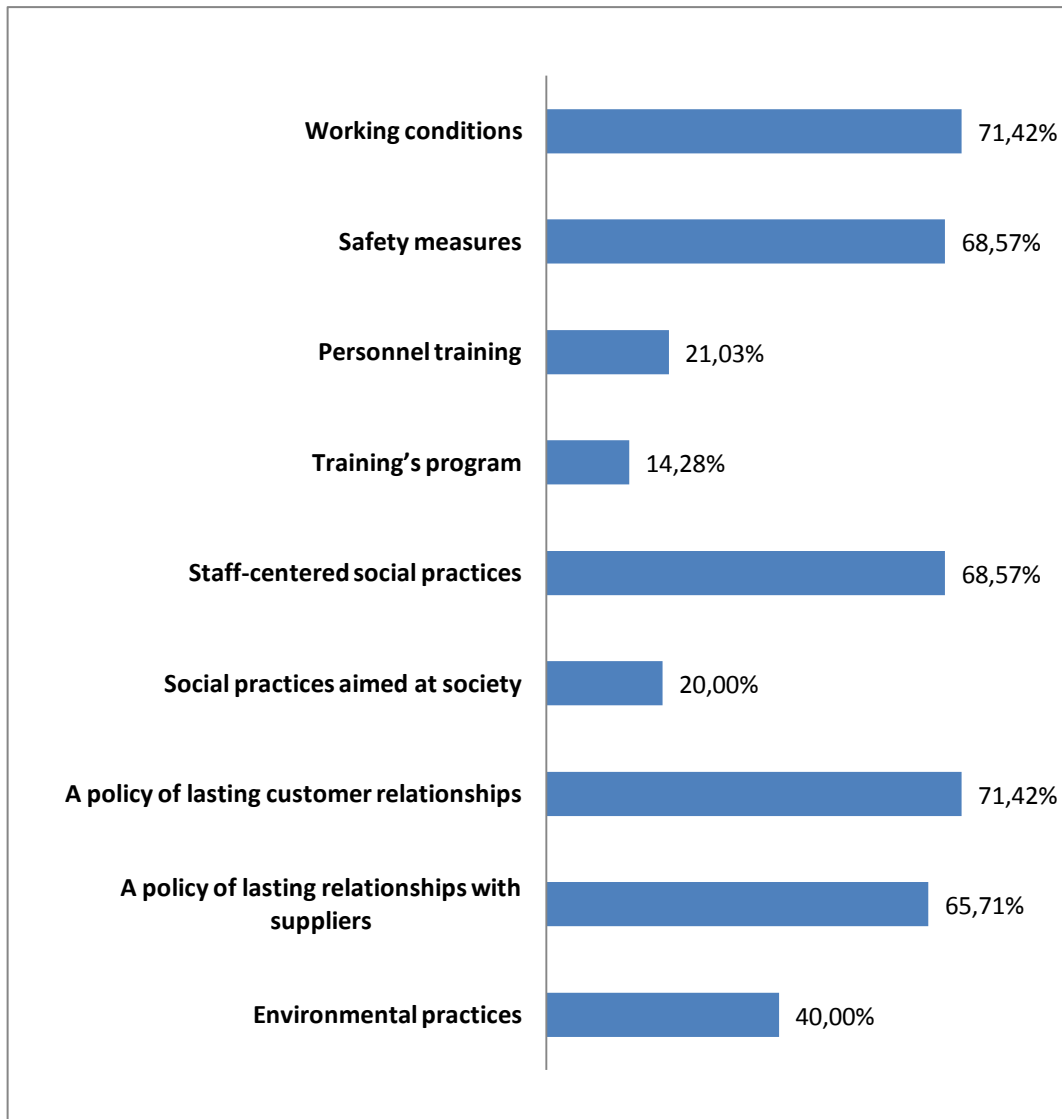
The surveyed entities can be identified as 1PL, 2PL and 3PL logistics service providers - Figure 3.

Figure 3. Type of enterprises surveyed as logistics service providers



The questionnaire includes 10 questions - Appendix 2. of the dissertation. Respondents' opinion was examined as to whether they felt it necessary to apply social practices in their activity - 94.28% answered positively and only 5.72% negatively. The high percentage of positive responses clearly indicates that logistics providers are aware of the need to apply social practices. The next question focuses on the type of social practices that each business deems necessary. In this respect, the answers are different according to the type of activity, the size of the enterprise and the awareness of the need to apply the concept of corporate social responsibility. Figure 4 shows the distribution of responses by type of social practice. Each of the respondents indicated more than one social practice.

Figure 4. Types of social practices implemented by logistics providers



The analysis shows that the main social practices that are applied are ensuring good working conditions, taking adequate safety measures, social practices aimed at staff and pursuing a policy of lasting relationships with customers and suppliers.

The percentage of those companies that focus their efforts on targeted staff training is smaller. These are mainly larger enterprises. The smaller ones underestimate the role of this practice by not taking into account the benefits, both for their activity and for increasing the satisfaction of their employees.

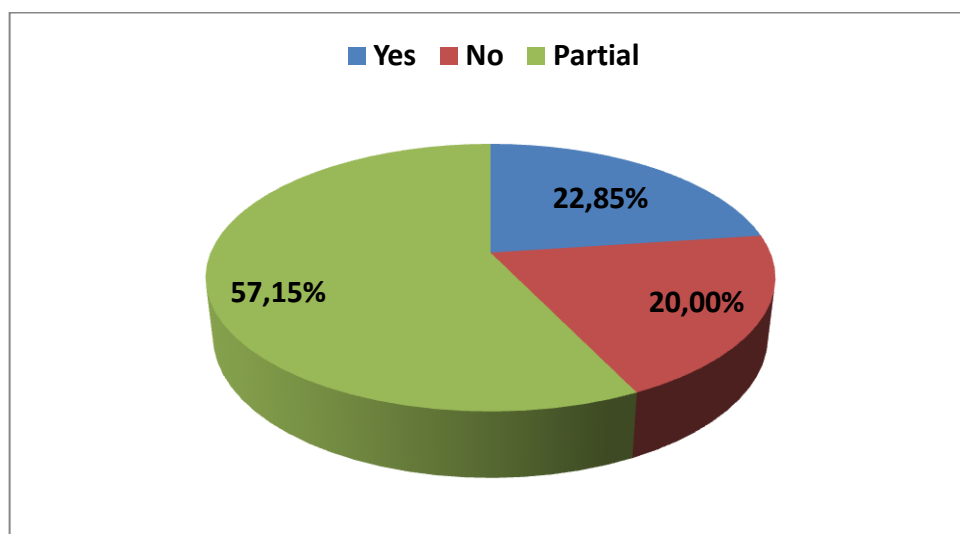
The percentage of businesses that consider community-focused social practices important is lower. The main reason is that the need to apply such practices to enhance the image of the enterprise and the confidence of its clients is not yet sufficiently understood. Another important reason is the limited financial

capacity of smaller businesses and the inability to devote resources to such social practices.

It is very good impression that almost half of the surveyed companies apply environmental practices - 40%. This clearly shows that they are aware of the need to implement measures for the protection of the environment and the care for human health.

The next question is to examine the practice of logistics service providers as to whether they are implementing measures to measure the social impact of logistics services. Figure 5 shows the distribution of the answers given.

Figure 5. Degree of implementation of measures for measuring the social impact of logistics services

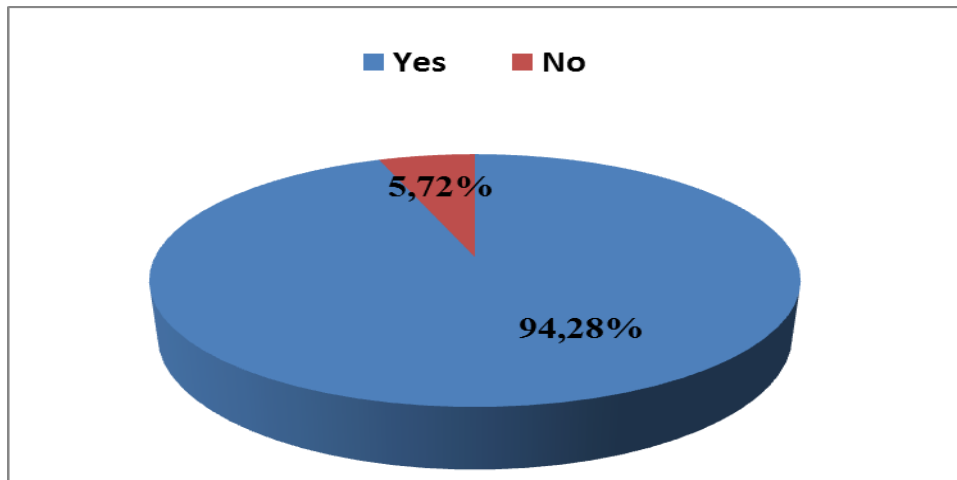


The analysis shows that more than half of enterprises partially evaluate the social impact of logistics services. The share of those who deliberately measure this effect and those who do not realize the need for it is almost equal. An overwhelmingly positive response has been given by the larger companies that develop programs in this regard. An example is the attached statement of the Board of Directors of LKW WALTER Internationale Transportorganisation AG, Austria, Vienna, adopted in 2017, which reflects the main lines of action of the company related to social responsibility - Annex 3. of the dissertation.³⁹

The respondents' opinion was examined as to whether the proposed model for assessing the social impact of logistics services could be useful for their activities. Figure 6 presents the results obtained.

³⁹ The statement was provided by a company representative to support the actuality and relevance of the dissertation and this research

Figure 6. Utility of the proposed model for evaluating the social impact of logistics services

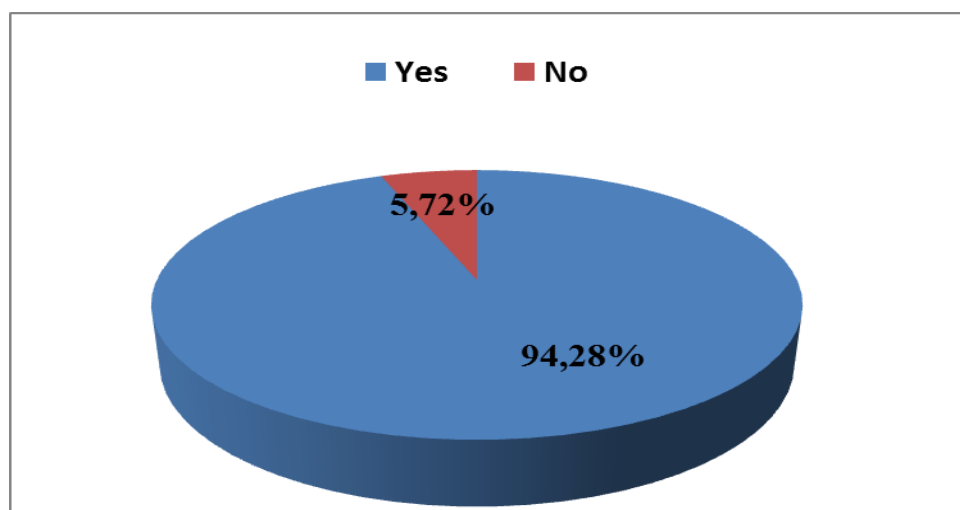


Responses indicate that the majority of the logistics service providers surveyed believe that the proposed model for assessing the social impact of logistics services can be useful for their business.

The following question is intended to determine whether undertakings that have responded positively to the preceding question are inclined to apply the model proposed in this paper to assess the social impact of logistics services. As a result, all businesses responded positively - 100%.

The opinion of the respondents was also examined whether the marketing model proposed in the dissertation to satisfy the users of logistics services with quality, service and value can be useful for their activity. Figure 7 presents the answers given.

Figure 7. Utility of the proposed marketing model to satisfy the users of logistics services with quality, service and value



The last question is intended to determine whether the companies that answered positively to the previous question are inclined to implement the marketing model proposed in this paper to satisfy the users of logistics services with quality, service and value. All businesses responded positively - 100%.

It is clear that two of the logistics service providers surveyed consider that the proposed models will not be useful for their business and are therefore not interested in applying them. These are smaller enterprises in the wholesale trade of construction materials and spare parts, which at this stage do not realize the need to apply social practices in their activity, as well as a scientific approach to improve the social dimensions of their logistic services.

The results of the study are definitely positive. They clearly show that the majority of the surveyed enterprises - 94.28%, consider that social practices are necessary. Most businesses apply different social practices that target both their employees, customers and suppliers, and to the benefit of the community. Environmental practices are also not neglected, and in their totality the results show that a large number of logistics service providers are aware of the need and benefits of implementing the concept of corporate social responsibility.

The proposed models for improving the social dimension of logistics services - a model for assessing the social impact of logistics services and a marketing model for satisfying users of logistics services with quality, service and value, are positively accepted and 94.28% of the surveyed enterprises show, that they tend to apply them to their business.

CONCLUSIONS OF CHAPTER FOUR:

- In terms of efficiency gains, marketing and logistics should work in synergy. Marketing and logistics activities and tools are complementary and the intersection between them is a customer-focused focus. Marketing research and analysis indicate what the customer's requirements are and how to reach them, and the logistics tools are the ones that lead to their actual service. Businesses understand that their focus should be on the customer. However, there is a lack of skills to develop and implement comprehensive marketing programs for managing customer relationships.
- Social marketing is the application of marketing principles and tools to influence the target audience to voluntarily accept, reject, modify or abandon a particular behavior in order to provide benefits to individual groups or to the community at large. The main goal of social marketing is to improve the quality of life. Social marketing is a marketing concept that applies the basic principle of marketing to influence consumer behavior, but mainly in the public sphere. Social marketing is realized through the basic elements of the marketing mix, which, however, have specific content. Elements of the social marketing mix are applicable in both the public and business sectors. In business, social marketing is realized through the application of the social marketing concept.

- Social marketing and social logistics are inextricably linked and their interaction is imperative. Social marketing aims to persuade people to adopt a particular idea for their benefit or benefit to the environment, to give up bad habits, to consume goods and services that are useful for them. However, presenting the message in an effective communication campaign is followed by its acceptance and as a result a change in people's behavior. Implementing this change, however, requires the application of social logistics, which should create the necessary conditions such as space, time, staff, optimal costs and more to provide the idea, product or service promoted by social marketing. The aim of the interaction between the tools of social marketing and social logistics is to achieve a synergistic effect in the social system.
- Achieving good social results in the provision of logistics services is directly linked to the application of a high level of logistics service culture. The logistics sector is one of the fastest growing sectors worldwide and in our country. This sector is fully focused on customer service, both natural and legal persons, and on this basis, awareness of the role of the logistics service culture is of the utmost importance. The culture of logistics services is related to the quality of customer service in organizations providing logistics services. The high culture of logistical services requires a modern, modern logistical base, offering the sought-after attractive renewable portfolio of logistic services, as well as high cultural manners, attention and competent care by the servicing staff.
- The proposed model for improving the social performance of logistics service providers by enhancing the culture of logistics services involves the consistent implementation of the following steps: analysis of the main elements and factors of the logistics service culture; evaluation, through a system of indicators, of the social performance of the logistics service providers, based on the state of the logistics service culture: evaluation at the level of the logistics entity; assessment at the level of a large logistics company, municipality, region and the whole country; highlight problems and identify measures to improve social outcomes by enhancing the culture of logistics.
- The importance of the marketing model for satisfying the users of logistics services is based on the fact that customers make their choice of product based on their idea of quality, service and value. In order to achieve better customer satisfaction, organizations should manage their value chain as well as the entire value system in a customer-oriented manner. The marketing model presented has a social dimension as it aims to better satisfy the users of logistics services with quality, service and value.
- The proposed models are interconnected on the basis of the interaction between social logistics and social marketing and aim to increase the level of satisfaction of consumers' needs, their satisfaction and quality of life.

GENERAL CONCLUSIONS AND PROPOSALS:

- The comparative and critical analysis of theoretical and scientific concepts for logistics and logistics based services clearly shows that they have proved their practical applicability, because thanks to them the importance of logistics in the economic sphere and the search and provision of logistics have been developed and confirmed. As a result, the logistics sector as a new business sector emerged. The modern logistic concept and the logistical tools necessary for its realization are at the heart not only of business life but also of military forces. On this basis, the process for their application in new areas such as the social sphere is developing.
- Logistics services are the end result of the logistics process, which is a complex of elements, activities and operations aiming at providing a quality logistics service. The level of logistical customer service is a criterion for the outcome of the implementation of logistics services, both from the position of the logistics service provider and from the position of the user. Providing quality logistics services requires the development and implementation of standards that allows the organization to accurately determine customer service levels, costs of providing alternative logistics services, and tools to measure and control the provided services. The main prerequisite for increasing the efficiency of logistics services is the choice of an appropriate strategy.
- The logistics services market in Bulgaria shows that it is in the process of development following the respective trends worldwide. Bulgaria's position in the World Bank's ranking is dynamic, as is the value of the Logistics Efficiency Index. In 2018, the position of Bulgaria is 52nd place, which is a significant improvement compared to 2016 - by 20 places up. The main directions for improving the status of logistics in the country are: modernization and development of logistics infrastructure, especially transport infrastructure and intermodal terminals; improving the efficiency of customs procedures; investments in information technologies in the field of logistics; improving logistical competence and others. Logistics services are evolving, but at the same time, macro and micro-level efforts are focused on preventing the negative impact of logistics on the environment. In recent years, the focus has been on developing sustainable logistics and sustainable logistics based services.
- Logistics and logistics services in the country's business are developing and following global standards. Foreign and Bulgarian high-level logistics companies operate on the logistics market in the country. The experience gained in the field of business logistics and the achievement of very good financial results is an important prerequisite for the development of the logistics sector in the social aspect and for improving the state of logistics and logistics services provided in non-profit organizations - healthcare, social sphere, education and others.

- Social policy includes all the elements that regulate the impacts of the state (municipality) and activities aiming at optimally meeting the needs of the people, improving their quality of life and their safety. Activities such as logistics and marketing through their contemporary manifestations - social logistics and social marketing, can also be seen as elements of social policy. The most important prerequisite for the development of social logistics and social marketing as elements of the common social policy is the awareness of their focus on the needs of society as a whole and of the individuals in particular, improving the quality of life, protecting the environment and achieving sustainable development. Social marketing promotes respective ideas, while social logistics puts them into practice.
- Social logistics shall be developed in the following three areas: social logistics in the public sphere; socially oriented business logistics based on the concept of corporate social responsibility; and implementation of social practices by logistics providers.
- Social logistics is entirely based on the logistic concept, but instead of the economic system, the social system is considered, with the individuals and the links between them perceived as elements and corresponding links of the logistics chain. These logistics applications are based on basic logistical assumptions and principles, but they have a specific social direction. The purpose of the management of material flows and the accompanying information flows in these areas is to achieve the desired social effect, which is measured by the degree of satisfaction of basic social needs. In social logistics, members of the public are not just consumers who buy goods or services, but people who need protection and a higher quality of life.
- The provision of social services in the country is characterized by the dispersion of the different elements of the service between various institutions and units and spatial fragmentation, which in turn leads to a huge expenditure of time and financial resources for the clients. Current logistics trends can offer opportunities to optimize the social service delivery process by developing Third Party Logistics (3PL) schemes that provide a single point of contact for customers by organizing and managing the activities of the individual units and elements, related to the provision of the social service, and the type of Fourth Logistics Partner (4PL) to coordinate and control the overall activity of providing the social services performed by the previous type of provider.
- The implementation of social logistics in the public sphere requires active state intervention and establishment of the necessary logistical structures at national, regional and municipal level, the appointment of logistics specialists and the use of the experience gained in the field of business logistics. For some areas (where there is a lack of sufficient resources and experience to perform logistics on its own), it is appropriate to use the services of 3PL logistics service providers who specialize in offering

complex optimized logistics solutions and have considerable experience in the social aspects of logistics - especially leading suppliers. The most important condition for the development of social logistics is an awareness of its focus on the needs of society.

- The development of socially oriented logistics is based on the concept of corporate social responsibility. Socially oriented logistics is based on the nature of the relationship between social and economic effects. A characteristic feature of socially oriented logistics is its sustainable functioning and development, although the associated costs are higher. The overall economic impact of this logistics is formed not only by the direct market realization of logistics services, but also by the positive consequences of socially significant transformations.
- The main social practices implemented by logistics providers in the country aim at providing very good security conditions specific to the logistics sector and developing security measures. Businesses apply more social measures to their employees and less to the benefit of the public.
- The use of logistics services for the development of social policies at European, national and local level is based on the application of modern logistic tools, which require the integration and coordination of logistics activities in order to optimize the time for their implementation and the overall cost of logistics, but from the point of view point of the needs and requirements of the individual and society as a whole.
- In terms of efficiency gains, marketing and logistics should work in synergy. Marketing and logistics activities and tools are complementary and the intersection between them is a consumer-focused focus. Social marketing and social logistics are inextricably linked and their interaction is imperative. Social marketing aims to persuading people to adopt a particular idea for their benefit or benefit to the environment, to give up bad habits, to consume goods and services useful for them. The goal is to change people's behavior. Implementing this change, however, requires the application of social logistics, which should create the necessary conditions such as space, time, staff, optimal costs and more to provide the idea, product or service promoted by social marketing. The aim of the interaction between the tools of social marketing and social logistics is to achieve a synergistic effect in the social system.
- Achieving good social results in the provision of logistics services is directly linked to the application of a high level of logistics service culture. To this end, a model has been proposed and developed to improve the social performance of logistics service providers by enhancing the culture of logistics services. The importance of the proposed and proven marketing model necessitates the idea that in order to achieve better customer satisfaction, organizations should manage their value chain, as well as the entire value system in a customer-oriented manner. The presented marketing model has a social dimension as it aims at better satisfying the users of

logistics services with quality, service and value. The proposed models are interconnected on the basis of the interaction between social logistics and social marketing and aim to increase the level of content of consumers' needs, their satisfaction and quality of life.

III. SCIENTIFIC AND SCIENTIFIC APPLIED CONTRIBUTIONS

Scientific Contributions:

- The theory of logistics and logistics services based on them, their evolution and contemporary dimensions have been enriched, as well as new scientific productions with practical implications, expanding the field of application of logistics services in social aspect.
- The theory of social logistics has been enriched by defining three directions of realization: social logistics in the public sphere; socially oriented business logistics based on the concept of corporate social responsibility. The implementation of social practices by logistics providers, the benefits of applying a modern logistic approach in the public sphere and the concept of corporate social responsibility in business logistics are formulated.
- Social logistics in the public sphere has been defined, focusing on the possibilities of applying modern logistic tools to increase customer satisfaction, quality of life, their safety and security, combined with optimal use of resources, as well as the main elements of social logistics, separated by fields of application in the public sphere and outlined the prerequisites and directions for their development.
- New scientific developments have been introduced for the effects of the interaction between social logistics and social marketing in order to improve social policy.
- The need for targeted interaction between logistics and marketing has been proven to achieve a higher level of customer satisfaction.
- The characteristics of socially oriented business logistics and social practices applied by logistics service providers are revealed and the benefits and trends in this direction are outlined.

Scientific Applied contributions:

- The main problems of the logistics sector on a global and national scale are defined, outlining trends and prospects for its sustainable development on this basis.
- A model has been developed and approved to improve the social performance of logistics service providers by enhancing the culture of logistics services, which model involves the consistent implementation of the following steps: analysis of the main elements and factors of the logistics service culture; evaluation through a system of indicators of social performance of logistics service providers; the models also highlights

problems and identifies measures to improve social outcomes by enhancing the culture of logistics.

- A marketing model has been developed and tested to satisfy logistics users, based on the idea that in order to achieve greater customer satisfaction, organizations should manage their value chain and the entire value-added system customer oriented.

IV. PUBLICATIONS ON THE TOPIC OF THE DISSERTATION WORK

Publications in scientific publications, referenced and indexed in world-renowned databases of scientific information - Web of science.

Studio

1.Banabakova V., Marketing opportunities to satisfy the client with quality service. Revista Turismo: estudos e práticas, Vol. 4 (2015), Romania, ISSN 2316-1493, pp. 8-33

Scientific reports

2.Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Possibilities for determining customer's profitability.//Proceedings of INTCESS 2018 - 5th International Conference on Education and Social Sciences 5-7 February 2018- Istanbul, Turkey, International Organization Center of Academic Research, www.ocerints, Istanbul, Turkey, 2018, pp. 438-444, ISBN: 978-605-82433-2-3

3.Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Customer service standards. // Proceedings of INTCESS 2018 - 5th International Conference on Education and Social Sciences 5-7 February 2018 - Istanbul, Turkey, International Organization Center of Academic Research, www.ocerints, Istanbul, Turkey, 2018, pp. 431-437, ISBN: 978-605-82433-2-3

Publications in non-refereed scientific peer-reviewed journals or in peer-reviewed collective volumes.

Scientific articles

4.Minevski, Iv., V. Banabakova. Morphological model of the integral hazard on carriage of hazard loads through built-up areas. Land Forces Academy Review, 2016, Sibiu, Vol. 21, Iss. 3, ISSN (Online) 2247-840X, pp. 262-267

5.Minevski, Iv., V. Banabakova. Subjective Risk on Carriage of Hazardous Loads with Automobile Transport. Land Forces Academy Review, 2017, Sibiu, Vol. 22, Iss. 2, ISSN (Online) 2247-840X, pp. 122-127

Scientific reports

6.Terziev, V., Banabakova, V., Ilsheva, M. The cycle of the order as a base of logistics service of the clients. // Knowledge – International Journal September 2017, Institute of Knowledge Management, Skopje, Vol. 19.1, 2017, N 1, ISSN 1857-923X for e- version ISSN 2545-4439 for printed version, pp.133-137

7. Terziev, V., Banabakova, V., Ilcheva, M. Development of logistics in Bulgaria. // Knowledge - International journal scientific papers, promoted in Vrnjacka Banja, Serbia 16-18.03.2018, Institute of Knowledge Management- Skopje, 22, 2018, N 2, pp. 503-510, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439
8. Banabakova, V., Iv. Minevski. Problems and risk management options for the transport of dangerous goods. International scientific journal, Globalization, the State and the Individual, No 1(13)/2017, Lublin, ISSN 2367-4555, pp. 215-222
9. Banabakova, V., El. Petrova. Application of innovative technologies to reduce logistics costs and improve customer logistics. Tenth International Scientific Conference "Logistics in a Changing World", UNWE, ISBN 978-954-644-900-9, S., 17-18.10. 2016, pp. 114 – 128
10. Banabakova, V. Logistics service as a source of competitive advantage. Proceedings of an international scientific-practical conference. Modern logistics - business and education. Ed. Science and economics. EU - Varna, ISBN 978-954-21-0945-7, Varna, 2017, pp. 62-74
11. Banabakova, V. Aspects of the interaction between marketing and logistics and its role in improving customer service in the logistics sector. First Scientific Conference on Social Entrepreneurship. Agricultural University, Plovdiv, 2016, ISBN 978-954-517-249-6 (CD), ISBN 978-954-517-250-2 (Print), pp. 149 – 158
12. Banabakova, V., At. Panev. Opportunities for valuation of investments in information systems for improving logistics services. First Scientific Conference on Social Entrepreneurship. Agricultural University, Plovdiv, 2016, ISBN 978-954-517-249-6 (CD), ISBN 978-954-517-250-2 (Print), pp. 159 – 168
13. Banabakova, V., M. Ilcheva. Aspects of intergration between Marketing and Logistics, // Fifteenth International Scientific Conference: Knowledge in practice, Bansko, Bulgaria, International Journal of Knowledge and Learning, Institute of Knowledge Management- Skopje, 20, 12.2017, N2, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439, pp. 129-136
14. Banabakova, V., St. Filipov, St. Stoyanov. The role of the ERP information system in improving logistics services. 25 International Scientific Conference, trans & MOTAUTO, 2017, ISSN 1313-5031 (print), ISSN 2535-0307 (online), year I, ussue 2 (2), Sofia, Bulgaria 2017, Section 2, pp. 214-217.
15. Banabakova, V. Models for Analysis of Customer Profitability. Jubilee International Scientific Conference "Bulgaria of the Regions", IWARR, AI Talent, Plovdiv, 2017, ISBN 978-619-203-207-4 (on-line), ISBN 978-619-203-206-7 (DVD) , pp. 79-84
16. Banabakova, V. and M. Ilcheva. European public policies and structures to support the social economy. International Journal of Knowledge and Learning, Institute of Knowledge Management - Skopje, Vol. 26.1, September 2018, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439, pp. 303-308
17. Banabakova V., M. Ilcheva. Logistics customer service as a system. International Journal of Knowledge and Learning, Institute of Knowledge Management- Skopje, Vol. 26.6, September 2018, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439, pp. 1563-1570

18. Banabakova, V., M. Ilcheva. Opportunities and problems to support social economy in the european union, Proceedings of ADVED 2018 - 4th International Conference on Advances in Education and Social Sciences, 15-17 October 2018- Istanbul, Turkey, ISBN: 978-605-82433-4-7, pp. 413-419.
19. Banabakova, V., M. Ilcheva. Social economy in Bulgaria - problems and guidelines for their reduction, Proceedings of ADVED 2018 - 4th International Conference on Advances in Education and Social Sciences, 15-17 October 2018- Istanbul, Turkey, ISBN: 978-605-82433-4-7, pp. 420-426
20. Banabakova, V. Trends in the development of logistics services. 20th International Scientific Conference "Knowledge without borders", Institute for Knowledge Management - Skopje, Macedonia, held in Vranicka Banja, Serbia, 28-30.03.2019, vol. 30.1, ISSN 2545 - 4439, ISSN 1857 - 923X, pp. 219-226
21. Banabakova, V. Socially oriented logistics - conceptual foundations and good practices. Proceedings of the Annual University Conference, Vasil Levski National Military University, Publ. house at Vasil Levski National Military University, Volume 9, 2019, ISSN 1314 – 1937, pp. 208 - 217
22. Banabakova, V. and M. Ilcheva. Social marketing - conceptual frameworks and applications. Proceedings of the Annual University Conference, Vasil Levski National Military University, Publ. house at Vasil Levski National Military University, Volume 9, 2019, ISSN 1314 – 1937, pp. 194 - 207
23. Banabakova, V. and V. Stoyanov. Health logistics as an element of social logistics. Scientific Conference Topical Security Issues, 2019, Vasil Levski National Military University, Veliko Turnovo, 2019, ISSN 2367-7465, pp. 103-112
24. Banabakova, V. Social Logistics and Security - National, Economic and Social. Scientific Conference Current security issues, 2019, Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, 2019, ISSN 2367-7465, pp. 113-124
25. Banabakova, V. SWOT - Analysis of Social Practices of Logistics Service Providers, Scientific Conference Current Security Issues, 2019, Vasil Levski University of Veliko Turnovo, 2019, ISSN 2367-7465, pp. 125-135
26. Banabakova, V. and C. Stefanov, Social aspects of Logistics - Social Logistics and Socially oriented Business Logistics, 8 th International Conference on Business, Technology and Innovation, Pristina, Kosovo, 2019, ISBN 98-9951-550-19-2, pp. 47
27. Banabakova, V. Social logistics - conceptual foundations and fields of application. 25 International Scientific Conference: Knowledge in practice, Bansko, Bulgaria, International Journal of Knowledge and Learning, Institute of Knowledge Management - Skopje, Vol. 35.1., 2019, ISSN 1857-923X, ISSN 2545-4439, pp. 175-179
28. Banabakova, V. Logistics and social responsibility. First scientific and business conference on logistics and supply chain management. "Knowledge on Logistics and Supply Chain Management in Bulgaria: Education, Business, Science", EU - UNWE, S. 2019, ISBN 978-619-232-241-0, pp. 184-189