

СЕГМЕНТИРАНЕТО В ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР – РЕАЛНОСТ ИЛИ ХИМЕРА

Разгледани са теоретичните ограничения на сегментирането в публичния сектор, произтичащи от самата концепция за чисто публично благо, както и от схващанията за разкриването на обществените предпочитания спрямо него. Посочени са недостатъците на модела на алокативната ефективност и диалектичната връзка, която съществува между него и теоремата на Оейтс. Анализирани са твърдения на автори, изтъкващи необходимостта от проучвания на потребностите и съответно усъвършенстване на публичните блага.¹

JEL: D61; D71; H21; H41

Главният проблем, който изследваме тук, се отнася до това, че моделът на алокативната ефективност представлява един слаб оптимизационен инструмент. Същевременно от края на феодалната ера обществата по цял свят организират разполагането на ресурсите в публичния сектор чрез политики на публичната власт, основани именно на този модел. Тежките оптимизационни ограничения на модела на алокативната ефективност са следствие от теоретични предположения, които не са доказани или практически проверени. По-конкретно сегментирането на публичните блага се свързва с редица теоретични канони и по тази причина се приема, че то е невъзможно или нереално. Такова допускане е в основата на недостатъците на модела на алокативната ефективност и ограничава усъвършенстването на политиките на публичната власт.

Тъй като проблемът в специализираната научна литература, свързана с теоретичните ограничения на сегментирането на публични блага, е вече решен до голяма степен от редица учени, тук ще обобщим готовите резултати от съответните изследвания и анализи и по-специално концепцията на Самюелсън за чисто публично благо. Много автори твърдят, че такова благо не съществува в икономическата реалност. На основата на това разсъждение, което е с фундаментална значимост, е разгледан проблемът за разкриване на предпочитанията относно чистите публични блага и свързаната с него концепция за пътника без билет (*free rider*). От тази гледна точка важно място в логиката на изследването има силното развитие на обществените потребности в условия на глобализация, в резултат от което се повишава

* УНСС, катедра "Финанси", mitev.peter@yahoo.com

¹ Peter Mitev, PhD. SEGMENTATION IN THE PUBLIC SECTOR – A REALITY OR A CHIMERA. *Summary:* The article studies the theoretical restrictions of public sector segmentation, derived from the concept of the purely public good, as well as from the views on revealing the public preferences thereto. It also highlights the weaknesses of the allocation efficiency and the available dialectical connection between it and the Oeyts theorem. It analyses statements of authors, pointing out the necessity to investigate the needs and to improve the public goods accordingly.

степената на тяхната разнородност по отношение и на публичните блага, докато публичната власт продължава да предлага стандартизирани услуги без проучване на потребностите. Тук тезата е, че ако подобни предпочитания са все по-разнородни и не са разкрити, няма яснота как конкретно ще се осъществи сегментирането на публичните блага. Това от своя страна засилва недостатъците на модела на алокативната ефективност и загубите за обществото, които той поражда.

Основна цел в случая е да се аргументира решение на главния проблем чрез сегментиране на публичните блага посредством ориентирани към резултатите бюджети в зависимост от спецификата в потребностите на потребителите. Това ще доведе до преодоляване (поне частично) на недостатъците на модела. Теоретичното обосноваване на сегментирането на публичните блага е осъществено посредством теоремата на Оейтс. Възприетото схващане в научната литература е, че тя засяга само децентрализацията. Затова тази теорема не се асоциира толкова със сегментирането, колкото с местните финанси, юрисдикциите и организацията на структурата на публичния сектор на две и повече йерархични равнища. Тук е доказано, че в широк смисъл теоремата *обосновава сегментирането на публичните блага изобщо*, а не единствено чрез децентрализацията, т.е. подчертан е фактът, че сегментирането не се извършва технически единствено чрез децентрализация - тя е само един вариант, един технически способ за неговото осъществяване.

Съществуващи критики към концепцията за чисто публично благо

В статията на Пол Самюелсън (1915 - 2009) "Чиста теория на публичните разходи" за първи път систематично са изяснени както понятието "публично благо", така и теоретичните основи на неговото Парето оптимално доставяне в условия на частичен равновесен анализ (Samuelson, 1954, p. 4). През 1955 г. Самюелсън представя модел, засягащ общия равновесен анализ на Парето оптимално доставяне на публични и частни блага. Той изрично подчертава, че не предлага своите модели на публичната власт в САЩ с цел да се потърси тяхното практическо приложение. Според него разкриването на предпочитанията на данъкоплатците по отношение на публичните блага ще бъде свързано със забранително високи разходи.

Дори и в наши дни отзвукът от тези статии сред научната общност е изключително силен. Днес както във всеки учебник по публични финанси, така и в съзнанието на всеки икономист, понятието "публично благо" се възприема именно с онези характеристики, с които го дефинира Самюелсън. Все пак един внимателен преглед на историята на научните изследвания ще покаже, че научната общност не възприема съвършено безусловно всички твърдения на Самюелсън. Статиите му поставят началото на цяла епоха, в която някои учени предлагат антитези на неговите твърдения, а други стар-

тират изследвания с цел тяхната проверка. Кълис и Джоунс предлагат обзор на научните становища в този аспект. Според тях “подходът на Самюелсън е с изключително голямо значение за развитието на теорията на публичните блага. Същевременно той е бил подложен на критики” (Cullis, Jones, 1992, p. 65). Те изтъкват, че десетилетия след оригиналната статия на Самюелсън от 1954 г. е необходимо да се направи оценка “дали ранните критики са били прекалено скептични, че концепцията (за чисто публично благо – б.а., П.М.) ще има малка възможност за практическо приложение в политиката, или са били коректни”(пак там, с. 83).

За да задълбочим конкретиката на анализа, ще припомним основните характеристики на чистото публично благо. То е дефинирано от Самюелсън като благо, от което всички едновременно получават ползност по такъв начин, че потреблението на отделния индивид не води до намаление на потреблението на останалите му потребители (Samuelson, 1954, p. 387). Ученият подчертава неделимостта на публичното благо, различаващо се в този смисъл значително от частните блага, които могат да бъдат количествено разделени между потребителите. Посочената дефиниция налага две характеристики на публичното благо: първата е, че то е неконкурентно в потреблението, т.е. потребителите не се конкурират помежду си за ползите, които получават от неговото потребление, а втората - че потребителите не могат да бъдат изключени от процеса на потребление.

Незабавно - още през 1955 г., Марголис отправя критика към концепцията за чисто публично благо, като изтъква, че такива блага не съществуват в реалния свят (Margolis, 1955, p. 347). Тълкувайки този проблем, Кълис и Джоунс подчертават: “Къде е възможно да се открият блага, които съвършено удовлетворяват дефиницията за неконкурентност в потреблението на Самюелсън от 1954 г.?” (Cullis, Jones, 1992, p. 66). В този ред на мисли те изтъкват, че в предлагането на публични блага като вътрешен ред и сигурност или медицинска помощ потреблението на индивид А намалява ползите при потреблението на индивид В, ако последният е принуден да изчаква своя ред. Имайки предвид разсъждения на Сандлър от 1977 г., Кълис и Джоунс допълват: “Дори националната сигурност, дотолкова, доколкото е свързана със защита, може да не удовлетвори напълно дефиницията за публично благо в най-чист смисъл. Ако армиите са ангажирани в северната част на територията, няма ли това да намали защитата на общностите в южната ѝ част?” (пак там). Друг пример на публично благо, цитирано от Самюелсън (1954) наред с националната сигурност, е морският фар. Според Кълис и Джоунс по-късни изследвания потвърждават, че строежът на морски фарове традиционно е бил финансиран от частния сектор (пак там).

В отговор на подобни критики за ненаблюдаемостта на чистото публично благо в реалността през 1969 г. Самюелсън предлага статия, в която въвежда понятието “смесено благо” или “нечисто публично благо”. По този начин се развиват теоретичните основи на таксономията на благата изобщо.

Самюелсън твърди, че между крайните теоретични полюси на чистото публично благо и чистото частно благо съществува голямо многообразие от нечисти публични блага, които са лесни за наблюдение в реалността (за разлика от чистите публични блага) и отчасти притежават характеристики както на чисто публично, така и на чисто частно благо. Във връзка с това Кълис и Джоунс потвърждават, че в икономическата литература съществуват и други подобни случаи, в които теоретичните крайности практически не се наблюдават в реалността *и все пак са необходими за изграждането на теоретична система* (Cullis, Jones, 1992, p. 83). Те правят паралел между таксономията на благата, в която теоретични полюси са чистото публично и чистото частно благо, с теорията на пазарните структури, в която теоретични полюси са съвършената пазарна конкуренция и монополът. Авторите подчертават, че съвършената пазарна конкуренция в нейната крайна теоретична характеристика се наблюдава много рядко в реалността. От своя страна в независими разсъждения с друга насоченост Дракър сравнява чистия монопол с “такова митично животно като единорога”, за да подчертае именно същия факт, че в реалността чистият монопол е практически ненаблюдаем.

Според Кълис и Джоунс (Cullis, Jones, 1992, p. 65) през 1956 г. Колм отправя критики и към модела на Самюелсън от 1955 г., поставяйки въпроса дали пределна полезност от чисто публично благо може да се тълкува в същия смисъл, както пределна полезност от чисто частно благо и дали предпочитанията на индивидите към публични и частни блага могат да се моделират с една и съща трактовка. Аналогично е поставен и въпросът за концепцията относно пределната норма на заместване между публични и частни блага, например между национална сигурност и сладолед. Може ли потребителят реално да осмисли тази величина така, както осмисля пределната норма на субституция между чисти частни блага? През 1986 г. Нобеловият лауреат Джеймс Бюкенън също проявява критичност към модела на Самюелсън от 1955 г. - според него моделът на Парето в общия равновесен анализ от 1906 г., засягащ само частни блага, е механично транслиран в общия случай за публични и частни блага (вж. Cullis, Jones, 1992, p. 59).

Кълис и Джоунс не случайно правят този критичен обзор. Те се оказват поддръжници на идеите на Бюкенън за финансиране на клубно благо. Във връзка с това авторите подчертават: “С развитието на тази глава ще стане ясно, че превключваме нашия подход от такъв, който задава въпроса “кои са условията за постигане на Парето оптималност”, към такъв, който задава въпроса “ще се съгласят ли хората доброволно да поделят разходите по доставянето на публично или колективно благо?” За разлика от Кълис и Джоунс *целта на разглеждането на тези критики тук е друга – да се преодолее безусловността или инерцията в схващанията на съвременните учени в две отношения: първо, дали съществува чисто публично благо в реалността; второ, дали наистина е невъзможно да бъдат разкрити предпочитанията на потребителите на публични блага и кои са съответните ограничения.*

На този фон главният извод е, че практически няма чисти публични блага. В такъв смисъл за целите на една практически провеждана политика на публичната власт съществуват изкуствено наложени ограничения от страна на теорията. Може да се предложи контратеза, но именно с цел отново да се потвърди направеният извод. Ако наистина моделите на Самюелсън са съвършено реалистични, то всъщност те с нищо не помагат в практиката за Парето оптималното доставяне на публични блага от страна на публичната власт. Тези модели по-скоро защитават тезата, че тя не трябва да прави никакви проучвания на обществените потребности и че Парето оптималното доставяне на публични блага е напълно невъзможно. Това на практика означава, че публичната власт имплицитно получава теоретична основа да определя и предлага такива блага по усмотрение и че тази логика се пренася и в системата на тяхното финансиране. Следователно проблемът за разкриване на предпочитанията по отношение на публичните блага заслужава особено внимание.

Научните изследвания по отношение на проблема за разкриване на предпочитанията

Според Самюелсън втората характеристика на публичното благо - липсата на възможност за изключване на потребителите от ползите на публичното благо, неминуемо предизвиква проблема за разкриване на техните предпочитания по отношение на благото. Това твърдение наистина е вярно, но само при условие, че са налице две важни презумпции. Първата е широко известната аксиома за рационалност на индивидите, а втората - че задължително се прилага принципът на ползата в данъчното облагане (Benefit Principle Taxation). *Приложението на този принцип е ключово условие за гарантиране на Парето оптималното доставяне на публичните блага в модела на Самюелсън от 1954 г.* В основата на проблема относно мотивацията за разкриване на индивидуалните предпочитания е микроикономическата аксиома за рационалност на индивидите. Данъкоплатците ще проявят рационален стремеж да прикрият своите предпочитания само ако съществува мотив за това, т.е. те ще бъдат мотивирани да прикрият предпочитанията си само ако публичната власт подаде изричен сигнал, че данъците за отделните индивиди ще бъдат определени въз основа на декларираните от тях предпочитания относно публичните блага. Това е опит за практическа реализация на принципа на ползата (Брусарски, 2007, с. 117) по отношение финансирането на неделими публични блага.

Ако при проучването на предпочитанията им от страна на публичната власт данъкоплатците разбират, че размерът на данъците, които плащат, е функционално зависим от декларираните от тях ползи от публичните блага, тогава и само тогава индивидите ще бъдат мотивирани да прикрият предпочитанията си. Те ще занижат умишлено декларираните предпочитания в желанието си да намалят размера на своите данъци. Днес принципът на

ползата не се прилага за финансиране на неделими публични блага именно по тази причина, но всъщност никога не е правен реален опит за неговото приложение. Алтернативно се използва принципът на възможността за плащане в данъчното облагане. *Това означава, че в общия случай отсъства Парето оптимално доставяне на публичните блага.* Следователно, както вече беше подчертано, това на практика предполага, че публичната власт определя и предлага публични блага по усмотрение и че тази логика се пренася и в системата на тяхното финансиране.

При условие, че се прилага принципът на възможността за плащане (или дори не се търси вертикална справедливост, какъвто е случаят с плоския данък в България), проучването на спецификата на предпочитанията на данъкоплатците може само да увеличи тяхната полезност от публичните блага, а това ще бъде Парето подобрене. Видът на данъчното облагане и съответните равнища на публични разходи са дефинирани и известни на обществото. В такава ситуация не се търси пряка връзка между данъчен разход и съответна индивидуална полезност от публичните блага, а по-скоро адаптиране на вече известните равнища на публични разходи към разкритите предпочитания. *В тези рамки допълнителни проучвания могат само да увеличат ефективността на публичните разходи и обществото би било мотивирано да разкрива своите предпочитания. Или именно рационалността на индивидите ще ги мотивира да разкрият предпочитанията си, за да получат по-адекватни публични блага при зададени фиксирани данъчни платежи.*

Кълис и Джоунс смятат, че учебниците често представят проблема за пътника без билет в най-екстремнен контекст, и във връзка с това задават въпроса доколко надеждно е всъщност подобно предположение. Те дискутират изтъкнатото от Бом през 1971 г., че в експеримент, при който се възприемат като част от голяма група, индивидите разкриват искрено предпочитанията си относно това коя телевизионна програма гледат. В случая благото е с невъзможност за изключване от ползите, тъй като е ефирна телевизия. Във връзка с това Кълис и Джоунс подчертават: "Може би е така, защото индивидите по принцип се държат честно и искрено и вероятно поради чувство за дълг правят техните предпочитания известни с цел да допринесат за усъвършенстването на публичното благо" (Cullis, Jones, 1992, p. 70).

Кълис и Джоунс предлагат задълбочен обзор на редица взаимнообвързани изследвания и противоречиви становища на различни учени относно проблема за вярното разкриване на предпочитанията. През 1981 г. например Максвел и Еймс въз основа на експерименти, базирани на теорията на игрите, внушават, че индивидите не правят опит да превърнат в реалност тезата за пътника без билет. През 1984 г. Ким и Уокър проявяват критичност към тези изследвания, изтъквайки, че публичните блага в експеримента не са чисти публични блага, както и че в някои от случаите групата от хора е малка.

През 1985 г. МакКалеб и Вагнер правят нови проучвания от този вид и заключават, че са очаквали тезата за *пътника без билет* да се потвърди с пълна сила, но резултатите от експериментите, проведени вече със съответни корекции предвид забележките на Ким и Уокър, все още ги оставят далеч от разбирането на социалните процеси, чрез които в реалния свят се правят преценки и избори. На този фонд Кълис и Джоунс заключават: "Може би тогава икономистите са поставили твърде тежко ударение на *проблема за пътника без билет*, както и че индивидите вземат предвид много по-широки съображения, когато решават дали да разкрият предпочитанията си, или не" (Cullis, Jones, 1992, p. 71).

Днес е налице висока степен на безусловно приемане на тезата, че рационалността на данъкоплатците би ги стимулирала да прикрият предпочитанията си. *Същевременно именно рационалността на индивидите би могла да ги насърчава да разкрият предпочитанията си при определени условия.* Именно в този смисъл моделът на Тибо (Tiebout, 1956, p. 416-424) е представен през 1956 г. като теоретична рамка, която е *директен отговор* (или антитеза) на заключението на Самюелсън от 1954 г., че индивидите не биха разкрили предпочитанията си относно публичните блага. Тибо доказва, че в контекста на местна общност те биха направили това чрез преместване в регион, който най-добре отразява техните вкусове и предлага предпочитаните данъци. С други думи, такъв регион би отразявал индивидуалния най-предпочитан изход от гласуването за отделния данъкоплатец, а това означава Парето оптималност, когато е изпълнено за всички. Според модела отпада необходимостта от гласуване за разкриване на предпочитанията, тъй като с избора си за живеене в дадена община индивидите разкриват искрено предпочитанията си относно менюто от публични блага и бюджетните разходи за тяхното създаване. *Най-общият извод е, че потребителите на такива блага биха разкрили предпочитанията си, но това силно зависи от конкретните условия на системата, в която са поставени.*

Встрани от модела на Тибо едно от важните условия на тази система е дали предпочитанията се разкриват в малки или в големи групи потребители. Изводите на Кълис и Джоунс в това отношение са следните (Cullis, Jones, 1992, p. 81):

- Стимулът за неразкриване на предпочитанията варира значително в зависимост от броя на потребителите, за които публичното благо е доставено, и от самата специфика на благо.

- Само в големи групи вероятността за поява на пътник без билет е висока, но в малки групи е слаба. С развитието на обществото и процесите на глобализация обаче предпочитанията на обществото стават все по-разнородни, при което то се разбива на все по-малки сегменти именно на основата на предпочитанията. При това положение вероятността за поява на явление пътник без билет ще става все по-малка, ако публичната власт успее да сегментира публичните блага резонно.

Диалектическа връзка между теоремата за медианния гласоподавател и теоремата на Оейтс

Концептуално теоремата на медианния гласоподавател почива върху резултатите от усилията на редица учени. Нейните основни идеи са щриховани от Хотелинг през 1929 г. Впоследствие особени заслуги за математическото формализиране на теоремата имат Дънкан Блек (1948) и Кенет Ероу (1963). През 1957 г. Антъни Даунс също предлага разширение на анализа относно представителната демокрация.

Теоремата за медианния гласоподавател най-често се изучава в нейния едномерен модел. Той изследва Парето оптималното количество на доставяне на конкретно публично благо. Съгласно концепциите на Самюелсън публичното благо се доставя в еднакво количество за всички потребители. Освен това то е стандартизирано в смисъл, че всички потребители го получават в един и същ вид, т.е. неговите характеристики са еднакви за всички. Няма диверсификация на благо, която да удовлетвори евентуална спецификация на потребностите на потребителите. Същевременно теоремата статистически ранжира предпочитанията на гласоподавателите, като статистически признак е индивидуалният най-предпочитан изход от гласуването на отделните гласоподаватели. Масовата статистическа съвкупност трябва задължително да бъде ранжирана, за да се определи медианата в предпочитанията. Това е необходимо, защото индивидуалният най-предпочитан изход от гласуването на медианния гласоподавател е с ключова значимост за цялата съвкупност, тъй като именно той отразява Парето оптималното ниво на доставяне на конкретното публично благо.

Едномерният модел на теоремата на медианния гласоподавател има два аспекта на представяне (или изучаване) в литературата. Първият измерва доставянето на конкретно публично благо в натурални единици (количество публично благо), а вторият - в стойностни единици (размер на бюджета за публичното благо). В светлината на първия аспект индивидуалният най-предпочитан изход от гласуването на отделния гласоподавател (Брусарски, 2007, с. 81-82) е онова количество публично благо, което изравнява пределния разход на индивида (неговата индивидуална данъчна цена) с пределната му полезност в зависимост от количеството публично благо. Приложението на маргинален анализ гарантира, че изравняването на пределна полезност и пределен разход за гласоподавателя ще максимизира неговата чиста изгода от това количество публично благо. Тогава графиката на чистата изгода за гласоподавателя формира връх. Задължително изискване, за да бъде в сила теоремата за медианния гласоподавател, е всички гласоподаватели да са с едновърхи функции на чистата си изгода. Това изискване предполага, че всички гласоподаватели са с намаляваща пределна полезност от количеството публично благо.

Вторият аспект на представяне на едномерния модел на теоремата на медианния гласоподавател изследва доставянето на конкретно публично

благо в стойностни единици, т.е. в светлината на размера на неговия бюджет. Индивидуалният най-предпочитан изход от гласуването за даден гласоподавател представлява оптималния бюджет за конкретното публично благо от гледна точка на индивидуалните оценки на същия гласоподавател. Той отново изравнява пределния разход (индивидуалната данъчна цена) на гласоподавателя и пределната му полезност, но оценени вече в зависимост от размера на бюджета за конкретното публично благо.

Този аспект на едномерен анализ може да се възприема в по-обобщен план, като се отчитат предпочитания за размера на държавния бюджет изобщо, а не само по отношение на конкретно публично благо. В случая трябва да разгледаме т.нар. либерален и консервативен мит. Днес необходимостта от реформа на бюрократичните структури в публичния сектор вече не е подложена на съмнение. Въпроси възникват по отношение на правилните подходи за реформа. Във връзка с оформилите се заблуждения в тази насока Бабак Армаджани изтъква на първо място т.нар. либерален и консервативен мит (Osborne, Plastric, 1997, p. 13).

Либералният мит гласи, че публичният сектор може да бъде усъвършенстван с по-големи разходи и извършване на по-голямо количество дейности. В реалността насочването на повече пари към нефункционална система не дава значително по-добри резултати. Съгласно консервативния мит публичният сектор може да бъде усъвършенстван с извършване на по-малки разходи и по-малко количество дейности. В реалността намаляването на финансирането на нефункционална система може да спести пари на данъкоплатците, но няма да подобри резултатите на публичната власт. С други думи, реформата в публичния сектор не зависи от количеството на парите, а преди всичко от това как те се разполагат като ресурси. Във връзка с това Химан подчертава: "За отделния гласоподавател пределната полза от конкретно бюджетно предложение ще зависи не само от равнището на разходи, но също и от микса на разходите по видове в рамките на бюджета" (Нуман, 1993, p. 179). Тук може да се направи връзка със следните думи на Тед Геблър: "Няма никакъв стимул в публичния сектор да се промени конкретна програма или услуга. Повечето бизнеси всяка година променят 10% от това, което произвеждат. Затварят фабрики и извършват съответни преустройства. Публичният сектор никога няма стимул да разгледа своя продуктов микс" (вж. Osborne, Plastric, 1997, p. 13). Тук е уместно да се подчертае, че "продуктов микс" е преди всичко маркетингов термин. В реалността, ако статистически признак е количество публично благо, то анализът трябва да е многомерен, защото трябва да се оценят медианите относно всички публични блага, но е нужно също да се прецени кои са те в зависимост от обществените предпочитания.

Моделът на алокативната ефективност има тежки оптимизационни ограничения, независимо от факта, че осигурява Парето оптималност. Затова тук е необходимо да се припомни, че Парето оптималността е концепция,

която зависи от технологиите или по-конкретно от организацията както на производството, така и на доставката на благата. Във връзка с това трябва да се подчертае, че еднаквото количество на доставка на публичното благо предварително ограничава теоретичната рамка, в която се извеждат условията за Парето оптималност. Премахването на ограниченията посредством сегментиране на публичното благо ще промени технологичните условия за производство (и доставка) на публичното благо и в този смисъл ще позволи постигането на ново Парето подобрене.

Стандартизацията на публичното благо означава, че то е доставено с едни и същи характеристики и в едно и също количество за цялата масова статистическа съвкупност, т.е. за всички гласоподаватели. По дефиниция алокативна ефективност предполага, че публичната власт осигурява на обществото индивидуалния най-предпочитан изход от гласуването на медианния гласоподавател. Това минимизира загубите на обществото, но *съвсем не значи, че тези загуби са сведени до нула*. Те са известни с термина “политически щети” (political externalities) и по своята същност са пропуснато максимизиране на потребителския излишък за всеки гласоподавател, който не е медианен гласоподавател. Независимо че подобни загуби за обществото ще са минимизирани, те няма да бъдат изцяло избягнати, а дори биха могли да бъдат изключително големи. Възможностите за оптимизация на модела на алокативната ефективност, т.е. за минимизиране на политическите щети, силно зависят от дисперсията на предпочитанията на масовата статистическа съвкупност. *Или съществуващият сега оптимизационен модел има ограничени възможности да минимизира загубите на обществото. Колкото дисперсията в предпочитанията е по-голяма, толкова загубата за обществото ще е по-значителна, въпреки че е минимизирана*, т.е. тя е минимизирана, но не е сведена до нула и остава съществена при голяма дисперсия на индивидуалните най-предпочитани изходи от гласуването. Причината за това е, че в светлината на маржиналния анализ оптимизационното правило за изравняване на пределни ползи и пределни разходи ($MC = MB$) е изпълнено само за медианния гласоподавател. За всички останали гласоподаватели $MC \neq MB$, което значи, че те не получават своя индивидуален най-предпочитан изход от гласуването. За всички тях голямата дисперсия в предпочитанията на съвкупността прави разликата между значенията на MB_i и MC_i все по-голяма за i -тия гласоподавател. Следователно индивидуалната чиста изгода ще бъде максимизирана само за медианния гласоподавател, а за всички останали тя не е максимизирана и това означава, че те понасят чисти загуби. Налице са два факта: *първо*, еднаквата доставка на неделимото публично благо поражда политически щети; *второ*, тези щети са минимизирани за обществото, когато еднаквото количество публично благо съвпада с индивидуалния най-предпочитан изход от гласуването за медианния гласоподавател. Именно това е същността на оптимизацията на модела на алокативна ефективност. Оптимизационните ограничения на

този модел нарастват с разнородността и дисперсията на предпочитанията на обществото.

Когато дисперсията в предпочитанията на отделните гласоподаватели е голяма, логично е масовата статистическа съвкупност да бъде разбита на сегменти. Това означава публичното благо да се доставя не в еднакво количество за всички и не в еднакъв стандартизиран вид. Точно в този смисъл теоремата на Оейтс твърди, че сегментирането на публичното благо преодолява загубите, причинени от пропуснатата максимизация на потребителския излишък за гласоподавателите, и така води до Парето подобрене. Както отбелязва Оейтс през 1979 г., ако предпочитанията на две групи хора почти не се различават или са твърде близки по същност, то тогава централизираното, унифицирано предлагане на публично благо би било добра апроксимация (вж. Cullis, Jones, 1992, p. 296). Очевидно е, *че колкото е по-голяма разликата във вкусовете и предпочитанията, толкова по-съществени са загубите на благосъстояние*. Загубите на благосъстояние от централизирано или по-точно унифицирано доставяне на публичното благо нарастват с увеличение на хетерогенността на предпочитанията. Тук трябва да се подчертаят твърдения на някои учени, например на Осбърн и Геблър, че предпочитанията на потребителите на публични блага стават все по-хетерогенни.

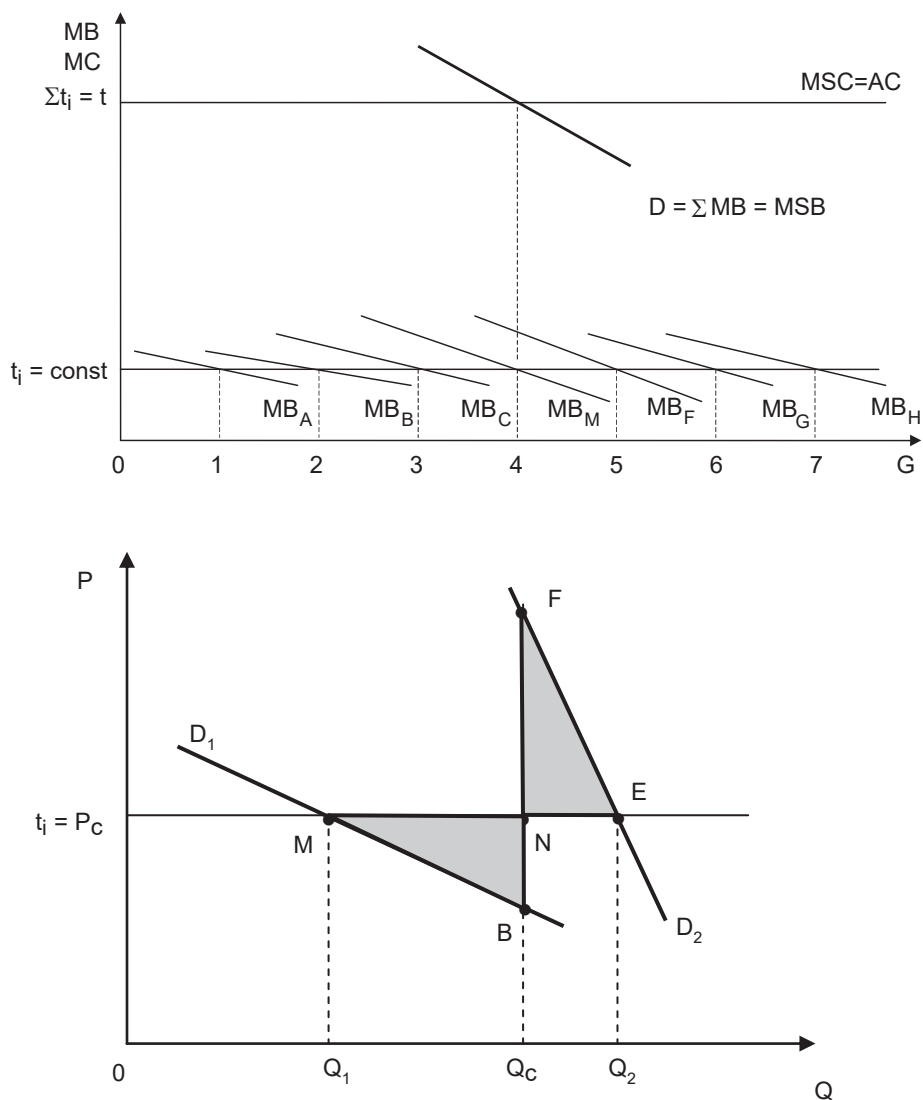
Теоремата на Оейтс е опростена от гледна точка на това, че в нея се анализира само едно публично благо, т.е. анализът отново е едномерен, както в теоремата за медианния гласоподавател. Това означава, че теоретичните основи по отношение на сегментирането (в частност децентрализацията) на публичния сектор все още не са достатъчно разработени. Едномерността в двата модела позволява те да бъдат сравнени, а също и концептуално обединени. На практика те засягат един и същи проблем – Парето оптималното доставяне на публично благо.

Теоремата на Оейтс акцентира върху факта, че индивидите се различават в предпочитанията си относно потребяваните публични блага. Графически разнородността в предпочитанията се формализира в модел чрез две или повече криви на псевдотърсене на публичното благо, които в общия случай ще са с различен наклон. Условно теоремата разделя населението на дадена страна на две териториално локализиранни групи (Cullis, Jones, 1992, p. 295), всяка с обособени количествени и качествени предпочитания относно конкретно публично благо, представени чрез съответни криви на псевдотърсене D_1 и D_2 . При даден пределен разход P_c за доставка на публичното благо, двама индивиди, представители на съответните общности, ще предпочитат различни количества Q_1 и Q_2 в общия случай. Същевременно населението на страната може да се раздели не само на две, а на повече групи, всяка с обособени предпочитания относно конкретно публично благо. *По същество логиката в разделянето на тези групи по нищо не се различава от логиката в обособяването на пазарни сегменти на даден пазар. И в*

двата случая водещ критерий за сегментиране на потребителите е спецификата на техните количествени и качествени предпочитания спрямо благата.

Фигура

Комбиниран анализ на теоремата за медианния гласоподавател и теоремата на Оейтс



Горната част от графиката на представената фигура отразява модела на алокативната ефективност, а долната - модела на теоремата на Оейтс. На горната част Парето оптималността се постига там, където $MSB(Q) = MSC(Q)$. Парето оптималното количество съвпада с индивидуалния най-предпочитан изход от гласуването на медианния гласоподавател. Само за този гласоподавател индивидуалната пределна полезност и пределен разход от резултатите от гласуването се изравняват, т.е. $MB(Q) = MC(Q)$.

На долната част от графиката централизирано предлаганото количество Q_c съвпада с Парето оптималното количество на горната част, което в случая е 4. В смисъла на теоремата на Оейтс централизирано предлаганото количество Q_c всъщност отразява алокативната ефективност, т.е. Q_c е индивидуалният най-предпочитан изход от гласуването на медианния гласоподавател. Проблемът е, че на горната част от графиката Q_c отразява оптималното количество от модела на алокативната ефективност, а на долната това е едно неоптимално количество, спрямо което може да се осъществи Парето подобрение. Или на горната част от графиката смисълът на оптимизацията е, че обществото конвергира към количество Q_c , като така се постига Парето оптималността. На долната част смисълът на оптимизацията е противоположен – бягство от същото количество Q_c , което е израз на Парето подобрение. В този смисъл диалектичката връзка между двете теореми се изразява в това, че е налице единство на противоречия. Единството намира израз в ефективното разполагане на ресурсите, което е неизменно свързано с Парето оптималността. Противоречието произтича от ограничителните условия на доставка на публичното благо. На горната част от графиката алокативната ефективност налага стандартизирана доставка на публичното благо за всички, а долната – модел, допускащ сегментация на публичното благо. Теоремата на Оейтс всъщност потвърждава, че чрез сегментиране на публичното благо се постига подобрение по Парето. Увеличаването на броя на сегментите намалява политическите щети (Митев, 2010 г., т. 2). Тъй като по своята същност те са загуба на потребителски излишък, увеличаването на броя на сегментите води до Парето подобрение.

"Пазарната сегментация означава един хетерогенен пазар (такъв, който се отличава с разнородно търсене) да се разглежда като съвкупност от по-малки, по-хомогенни пазари" (Харисън, 2004, с. 95). В хода на тези разсъждения стигаме до извода, че теоремата на Оейтс допуска *маркетинговата концепция* за сегментиране на потребителските предпочитания, но тя остава в сянка и встрани от основния фокус на теоремата, предназначен да обоснове логиката на фискалната децентрализация. При аргументацията на тази концепция относно публичните блага преди всичко трябва да се изтъкне, че сегментирането се осъществява именно с цел по-качествено насищане на потребностите на индивидите. В смисъла на пазарната сегментация Харисън подчертава: "Удовлетвореността на клиентите може да се повиши, като се посрещат по-точно техните изисквания" (Харисън, 2004, с. 96).

Същевременно се оказва, че между главния фокус на теоремата и тази втора, маркетингова концепция съществува вътрешноприсъща връзка. Причината е, че доказателството на тезата на Оейтс за необходимост от децентрализация всъщност се припокрива с аргументацията на нуждата от проява на специфичен подход при насищане на специфични потребности. Ако централното правителство трябва да осигури предлагането на разглежданото публично благо, то би се ориентирало към някакво средно национално равнище Q_c , което по дефиниция трябва да отразява алокативна ефективност, т.е. индивидуалния най-предпочитан изход от гласуването на медианния гласоподавател. Но тогава понесената загуба от първа група ще е в размер площта на триъгълника MBN, защото:

$$S_{\Delta MBN} = \int_{Q_1}^{Q_c} (P_c - MSB_1) dQ$$

В случая изчисляваме лицето на ΔMBN чрез свойствата на определения интеграл. Тук $y_1 = MSB_1$ е функцията на пределната обществена полезност, чиято графика е всъщност D_1 . Респективно $y_2 = P_c$ е уравнението на хоризонталната права MN, преминаваща през цена P_c . То изразява пределните обществени разходи MSC. Изразът в скобите $(P_c - MSB_1)$ представлява нетната пределна загуба на първа група. Когато $P_c = MSB_1$ (в т. М) при количество Q_1 , нетната пределна загуба е нула и това означава, че нетната загуба на първа група е минимизирана. Площта на триъгълника MBN показва допълнителните разходи за индивидите от първа група, които те трябва да направят, за да консумират повече единици, т.е. Q_c в сравнение с дефинираните от тях предпочитания Q_1 .

По аналогичен начин можем да изчислим загубата на благосъстояние на втората група с пределни ползи MSB_2 , отразени от D_2 . При предложено количество Q_c , загубата на втората група е площта на триъгълника NEF. Тя изразява пропуснатата полза поради получаването на по-малко количество публично благо, отколкото е потребно при цена P_c . (При количество Q_2 настъпва изравняване на MSC и MSB_2 - т.е. Парето ефикасност.)

Триъгълниците MBN и NEF по същество представляват харбъргърови триъгълници и са свързани с частичния равновесен анализ за постигане на Парето оптималност при предлагането на публично благо. Пропуснатата полза за втора група може да се изрази така:

$$S_{\Delta NEF} = \int_{Q_c}^{Q_2} (MSB_2 - MSC) dQ$$

Това е загубата поради обстоятелството, че е предложено (респ. консумирано) само количество Q_c вместо количество Q_2 .

В анализите се подчертава, че "по силата на прекия контакт със своите избиратели местната публична власт е в състояние по-добре да оцени дифе-

ренцираното търсене на блага от двете групи. Това позволява да се осигури предлагане, което отговаря на техните предпочитания. В случая ефектът от децентрализирания подход на предлагане на публичните блага е, че двете групи ще получат толкова блага за потребление, колкото са техните предпочитания. Но това осигурява фискална еквивалентност и съответно ефективно разполагане на ресурсите в публичния сектор" (Браун, Джексън, 1998, с. 300).

Да фокусираме вниманието си върху първото цитирано изречение. Несъмнено тук става въпрос за маркетингова функция по оценяване на потребности. Теорията на публичните финанси обаче не разкрива как точно всъщност по силата на прекия контакт със своите избиратели местната власт е в състояние по-добре да оцени диференцираното търсене. Съвременният етап на развитие на публичния сектор не позволява интуитивни оценки, зависещи единствено от личните качества на отговорните лица в съответните местни власти. При това проблемът не опира единствено до "добрата воля" на отговорните кадри или на тяхната индивидуална, научна, разностранна и т.н. подготовка. Несъмнено тук са необходими известни техники за изследване на потребностите, т.е. прилагане на научни подходи, които маркетингът вече е изследвал добре. При това както начинът на събиране на информация, така и начинът на взимане на решение трябва да бъдат нормативно определени. Ако обаче тези техники не се прилагат, то това е недостатък в публичния сектор на сегашния етап и трябва да се извърши съответна корекция, която да започне именно на теоретично ниво.

Като следствие от направените разсъждения трябва да се подчертае, че общините са се обособили исторически. Това, че дадена група хора живеят заедно в една община, т.е. на една територия, не доказва, че имат еднакви предпочитания по отношение на публичните блага. Веднъж обособени, обществените потребности не остават константа завинаги. Те се развиват динамично и тенденцията за в бъдеще е да стават все по-разнообразни. Публичният сектор трябва адекватно да отговори на тези тенденции. Следователно дори сега не съществува гаранция, че теоремата на Оейтс е коректно приложена в практиката.

В доказателството на теоремата на Оейтс не се конкретизира колко голям е броят на хората в двете групи или какъв е размерът на територията, т.е. в него не се намесват нито териториални, нито демографски признаци като съображения. Ключов момент в доказателството е хетерогенността на предпочитанията, а не исторически обособената структура на юрисдикциите. Напротив, имплицитната теза на теоремата е, че юрисдикциите трябва да се формират и оптимизират в зависимост от хетерогенността на предпочитанията.

Териториалното локализиране на група индивиди с еднакви предпочитания относно дадено публично благо е ключово за децентрализацията. Наличието на такова локализиране или клъстериране на група индивиди със

сходни потребности е основание да се осъществи сегментиране посредством децентрализация. Същевременно теоремата на Оейтс крие по-широк смисъл. *Моделът в нея е верен винаги когато е налице разнородност в предпочитанията, т.е. теоремата обосновава сегментирането в публичния сектор изобщо. Концепцията за сегментирано удовлетворение на обособени потребности ще бъде вярна, дори когато индивидите не са териториално локализирани, а дислоцирани по цялата територия на страната.* Тогава сегментирането няма да се осъществи технически чрез децентрализация, а чрез друг способ – например чрез програма в рамките на ориентиран към резултати бюджет, която обхваща конкретните лица. Потребители с еднакви специфични потребности може да са географски дислоцирани на цялата територия на страната, но да са обединени от програма на централната власт, която в рамките на някаква политика на ориентиран към резултати бюджет цели удовлетворението точно на тези специфични потребности.

Така изход от проблема за оптимизационните недостатъци на модела на алокативната ефективност е сегментирането на публичните блага посредством ориентирани към резултатите бюджети. Сегментирането на обществото се оказва важен инструмент за ориентирани на ресурсите към резултатите и за Парето подобрения. Тук е необходимо да се подчертае смисълът на резултатите в публичния сектор. Те се изразяват в адекватното насищане на все по-специфичните обществени потребности, което технически се постига по три начина: фискална децентрализация; теория на клуба; програмни и ориентирани към резултатите бюджети. Тези три способа за целенасочено, ориентирано към конкретни резултати насищане на спецификата на обществени потребности не действат изолирано и отделени един от друг, а заедно. Програмните и ориентирани към резултатите бюджети в определени случаи могат да действат на местно ниво.

По-нататъшното развитие на фискалната децентрализация посредством прецизирането на йерархичната структура на юрисдикциите е логично, когато конкретни потребности са клъстерирани териториално. Тази логика е в действие и при приложението на икономическата теория на клуба, развита от Бюкенън. Публичната власт ще трябва да се децентрализира допълнително, за да отговори на разнообразието в потребностите. “На този фон американският икономист Джордж Стиглер (1911 - 1991 г.), лауреат на Нобелова награда за икономика (1982 г.), препоръчва “...всяка държавна дейност да се даде на най-малката държавна единица, която може да я изпълнява ефективно...” (Брусарски, 2007, с. 217).

Статистическите проучвания на предпочитанията и потребностите ще групират обществото в сегменти. В зависимост от спецификата потребностите могат да бъдат класифицирани по следния начин:

- общи потребности на група индивиди, които са клъстерирани териториално;

- общи потребности на група индивиди, които са териториално дислоцирани;
- общи потребности на цялата нация, които не изискват сегментиране и са със стратегическо значение.

Анализиране на потребностите в публичния сектор – основа за коректно сегментиране на публичните блага

Колко силна е необходимостта от разкриване на предпочитанията на потребителите на публични блага и съществува ли тази необходимост изобщо? Йохансен отбелязва: “Не знам да има много исторически или други емпирични данни, които убедително аргументират, че проблемът за вярното разкриване на предпочитанията е бил от някаква практическа значимост” (вж. Cullis, Jones, 1992, p. 70, цит. по Johansen, 1977, p. 147). Неговото разсъждение имплицитно разкрива, че публичната власт предлага публичните блага не въз основа на каквито и да е проучвания, а въз основа на усмотрение от страна на бюрократите и политиците. На практика това е съвременната картина в световен мащаб, а не само в САЩ.

Един от основните недостатъци на публичния сектор в световен мащаб е рискът от ориентиране на оскъдните обществени ресурси не в оптимално направление и в частност - за обслужване на индивидуалните функции на полезност на бюрократите (Niskanen, 1971). В това отношение изключително значение имат анализите на Дейвид Осбърн и Тед Геблър, които подчертават, че публичната власт трябва да насища потребностите на потребителя, а не на бюрокрацията (Osborne, Gaebler, 1992, p. 166). Според тях с процеса на задълбочаване на комплексността и разнообразието в обществото потребностите и предпочитанията на потребителите вече не са хомогенни, докато в същото време публичната власт продължава да предлага стандартизирани услуги. Това означава, че публичните блага трябва да бъдат специфицирани в зависимост от разнородността на обществените потребности в резултат от съответни проучвания на тези потребности. Разсъждението на двамата автори е изключително важно и кореспондира с теоремата на Оейтс. В този контекст уточняването на предпочитанията (обособяването на сегменти), респ. предлагането на специфицирани услуги, които ги насищат, е пътят към максимизация на общественото благосъстояние. Един от практическите начини за специфициране на услугите е именно посредством програми, ориентирани към конкретни резултати. Програмните и ориентирани към резултатите бюджети са насочени към решение на определени задачи, в т.ч. насищане (удовлетворение) на конкретни потребности.

С цел да се изследват потребностите и предпочитанията на потребителите Осбърн и Геблър предлагат държавата да хвърли светлина върху тях с методи като проучвания, пряк контакт с потребителите, интервюта с потребители, проучвания на цели общности, последващи проучвания за оценка дали услугата действително постига желаните резултати, потребителски съвети и

омбудсмани (Osborne, Gaebler, 1992, p. 177-178). Принципно погледнато, повечето от тези инструменти практически не се различават от техническите инструменти, чрез които маркетингът изследва и разкрива предпочитанията на потребителите в пазарни условия. Те дори предлагат използването на т.нар. тест-маркетинг: "Ориентираната към потребителя публична власт първо тества новите услуги, за да провери дали хората ги харесват, преди да бъдат наложени за всеки"(пак там, с. 178). Ако спецификата на обществените предпочитания не бъде разкрита, произволно създаваните публични блага, които не съответстват на тази специфика, едва ли ще се отличават с ефективност.

Тук е необходимо да се обърне внимание на факта, че публичният избор не успява съвършено прецизно да разкрие и да обедини обществените предпочитания. По същество той има много недостатъци. Най-лаконичен, но и най-съдържателен довод в това отношение е теоремата на Ероу за невъзможността (Gruber, 2007, p. 233). Много автори анализират недостатъците на публичния избор. Обобщаващи разсъждения предлага Мъсгрейв: "Теорията на представителната демокрация - така, както тя е описана в предишната част, е подложена на сериозна критика. Теорията, подобно на тази за идеалния пазар, установява нормативен модел, който не отразява непременно неговото реално приложение. Така пазарите могат да функционират ефективно само ако потребителите са добре информирани, ако конкуренцията преобладава, ако цените са гъвкави, ако не съществуват външни въздействия и т.н. Не всички тези условия преобладават и възникват такива ситуации, при които пазарите не действат така, както предсказва нормативния модел. Почти същото важи за модела на фискалната демокрация, представен на предишните страници. За да функционира системата ефективно, гласоподавателите трябва да бъдат информирани, съревнованието за гласове между политиките трябва да е на конкурентна основа, формирането на платформи на партиите трябва да бъде основано на широки коалиции, системите на гласуване трябва да са чувствителни към предпочитанията, изкривяванията чрез стратегическо поведение трябва да бъдат минимизирани и т.н. В реалността тези условия много рядко са изпълнени. Така дефектите във фискалния процес трябва да бъдат разглеждани и са били разглеждани от най-различни гледни точки" (Мъсгрейв, Мъсгрейв, 1998, с. 79-80.). Механизмите на публичния избор са необходими, но безспорно недостатъчни, за да разкрият детайлно и прецизно обществените потребности. Поради тази причина са нужни допълнителни проучвания.

Необходимостта от оценка на потребностите и очакванията на потребителя на публични блага е подчертана и от Иван Върбанов. Според него е необходимо изучаване на удовлетвореността на гражданите. Той отчита, че от съществуващите подходи в различни страни за ориентиране на дейността на бюрокрацията към резултатите най-логично е вниманието да е фокусирано върху потребителя и неговите потребности, т.е. необходимо е публичният

сектор да дефинира параметрите на публичните блага съвместно с техните потребители. По този начин "гражданинът става активен партньор на служителя при вземането на решенията, споделя отговорността на нивото на съвета или консултацията..." (вж. Върбанов, 2001, с. 204-205). Тази логика, както изтъква Котлър, е все по-силно застъпена в маркетинга в частния сектор.

Питър Джаксън разглежда особено актуалния проблем за възможностите на държавните институции да създават добавена стойност при изпълнението на техните функции, а именно предоставянето на публични услуги (вж. Джаксън, 2001, с. 196). Във връзка с това той смята, че основният въпрос е дали бюрокрацията от публичния сектор е способна да създава т.нар. стойност за пари (value for money). Според проф. Джаксън това изисква изграждане на оптимална структура на правителствените институции, наричана още *архитектура на публичния сектор*. Той подчертава: "Стойността се създава чрез управлението на разходите и производството, избирайки за това подходящата архитектура. Но намаляването на разходите е само едно средство за увеличаване на добавената стойност. *Как да се усъвършенстват ползите?*"

Добавянето на стойност към вече съществуващи продукти може да се осъществи чрез:

- развитие и усъвършенстване на продуктите и услугите;
- осигуряване в максимална степен на съответствие между произвежданите продукти и фактичното желание на потребителите.

В този смисъл добавянето на стойност се изразява в добавяне на качество към това, което потребителите вече получават, а не просто увеличаване на количеството. Това неминуемо предполага създаване на отговорна организация, отчитаща нуждите на потребителите и осигуряваща иновативност в динамичен аспект" (пак там, с. 198-199).

Може да се обобщи, че е необходима нормативна регулация на реда за проучване на спецификата от обществени потребности, както и на реда за дефиниране на целите на бюрократите в съответствие с тези потребности. Качеството на нормативната регулация е от изключително значение за самите резултати.

*

В резултат от развитието на процеса на глобализация с времето настъпва промяна в обществените възприятия. Главно следствие от тази промяната е, че обществото става все по-взискателно във всеки един аспект - към благата не само в частния, но и в публичния сектор.

Както беше изтъкнато, разкриването на предпочитанията не е невъзможно, а зависи от условията на самата система, в която се осъществява този процес. Едно от важните условия на системата е дали предпочитанията се разкриват в малки, или в големи групи потребители. Стимулът за нераз-

криване на предпочитанията варира значително в зависимост от броя на потребителите, за които публичното благо е доставено, и от самата специфика на благо. Само в големи групи вероятността за поява на пътник без билет е висока, докато в малки групи тя остава ниска. С развитието на обществото и процесите на глобализация предпочитанията на обществото стават все по-хетерогенни, при което то се разбива на все по-малки сегменти на основата на предпочитанията. При това положение вероятността за поява на явлениято пътник без билет ще намалява, ако публичната власт успее да сегментира публичните блага резонно.

При прякото приложение на принципа на ползата публичната власт директно осъществява настройка на данъците към проявените предпочитания, но това е неработеща теза. Тук предлагаме *непряко приложение на принципа на ползата* в условия на фиксирани данъчни плащания чрез адаптиране на публичните блага към предпочитанията на данъкоплатците. При презумпция, че се прилага принципът на възможността за плащане в данъчното облагане и публичната власт не дава сигнал, че тази схема ще се промени, рационалността на индивидите по-скоро ще стимулира процес по разкриване на предпочитанията. Тезата в този аспект е при зададени равнища на публични разходи и неизменна система на данъците да се потърси настройка на публичните блага към предпочитанията на индивидите. В случая е налице адаптиране на спецификата на ползите от публичните блага (чрез тяхната настройка) към проучените потребности без промяна на данъчните приходи и равнищата на разходи. Така при официално прилагане на принципа на възможността за плащане ще има непряко приложение на принципа на ползата. При сегментиране на обществото в зависимост от потребностите от публични блага техническите възможности на публичната власт в това отношение се увеличават.

Използвана литература:

Браун, С., П. Джексън. Икономика на публичния сектор. С., Българо-английско дружество, Пъблиш Сай Сет – Агри ООД, 1998.

Брусарски, Р. Теория на публичните финанси. С.: УИ "Стопанство", 2007.

Върбанов, Ив. Бюрократичното поведение - рационално или ирационално (социологически аспекти). – В: Публични финанси. Алманах доклади от работни срещи и конференции. С.: ИК "КИНГ", 2001.

Джексън, П. Добавена стойност в публичния сектор: създава ли бюрокрацията такава? - В: Публични финанси. Алманах доклади от работни срещи и конференции. С.: ИК "КИНГ", 2001

Митев, П. Значение на векторния критерий за усъвършенстване на правилото на публичен избор. – В: Научни трудове на УНСС, Т. 2. С.: УИ "Стопанство", 2010.

Сегментирането в публичния сектор – реалност или химера

Мъсгрейв, Р., П. Мъсгрейв. Държавни финанси –теория и практика. С.: Изд.“Отворено общество”, 1998.

Харисън, Т. Маркетинг на финансовите услуги. С.: "Класика и Стил" ООД, 2004.

Cullis, J., Ph. Jones. Public Finance and Public Choice, Analytical Perspectives. McGraw-Hill, UK, 1992.

Gruber, J. Public Finance and Public Policy. Worth Publishers, 2007.

Hyman, D. Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy, 4th ed. Dryden Press, 1993.

Margolis, J. Comment on the Pure Theory of Public Expenditures. - Review of Economics and Statistics, 1955, 37, p. 4.

Niskanen, W. A. Bureaucracy and Representative Government. Aldine, Chicago, 1971.

Osborne, D., P. Plastric. Banishing Bureaucracy. Addison Wesley Publishing Company, Inc. 1997.

Osborne, D., T. Gaebler. Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit Is Transforming the Public Sector. Addison Wesley Publishing Company, Inc., 1992.

Samuelson, P. A. The Pure Theory of Public Expenditure. - Review of Economics and Statistics, 1954, Vol. 36, p. 4.

Tiebout, C. M. A Pure Theory of Local Expenditures. - The Journal of Political Economy, 1956, 64, p. 5.

26.I.2012 г.